

**USOS SOCIALES Y HÁBITOS DE CONSUMO DE ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS EN FACEBOOK Y TWITTER Y SU PARTICIPACIÓN
SOCIAL EN RELACIÓN CON LA HIPERIDENTIDAD COLECTIVA E
HIPERTÁCTICAS DE RESISTENCIA.**

TITULO A OBTENER: MAGISTER EN COMUNICACIÓN

Por:

Ing. Javier Mauricio Antequera Ripoll

**UNIVERSIDAD DEL NORTE
DIVISION DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN
BARRANQUILLA
2013**

**USOS SOCIALES Y HÁBITOS DE CONSUMO DE ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS EN FACEBOOK Y TWITTER Y SU PARTICIPACIÓN
SOCIAL EN RELACIÓN CON LA HIPERIDENTIDAD COLECTIVA E
HIPERTÁCTICAS DE RESISTENCIA.**

TITULO A OBTENER: MAGISTER EN COMUNICACIÓN

Por:

Ing. Javier Mauricio Antequera Ripoll

**UNIVERSIDAD DEL NORTE
DIVISION DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN
BARRANQUILLA
2013**

ABSTRACT

Este es un trabajo de investigación en el cual se describen los usos sociales y hábitos de consumo de Facebook y Twitter de estudiantes universitarios y la manera cómo participan éstos desde las redes sociales teniendo en cuenta la hiperidentidad colectiva y las hipertácticas de resistencia. Desde el punto de vista conceptual se tomaron como referentes la teoría de la hipermediación de Carlos Scolari y la teoría de la identidad colectiva planteada por Alberto Melucci, de igual forma, el concepto de resistencia expresado por Michael Foucault. Es una investigación cuantitativa-descriptiva de corte transeccional en la que se utilizaron variables como: Hábitos de consumo, usos sociales, hiperidentidad colectiva, hipertácticas de resistencia y participación social. Se utilizó un muestreo estratificado. El universo estuvo conformado por estudiantes de la universidad Autónoma del Caribe, universidad del Atlántico, universidad Simón Bolívar. Con este trabajo se determinó la importancia que revisten los usos y los hábitos en los jóvenes universitarios y cómo éstos se convierten en sujetos participativos altamente potenciales ante grupos y comunidades presentes en las redes sociales como Facebook y Twitter. De la misma manera, se pudo apreciar cómo la resistencia y la identidad colectiva están permeadas por procesos de hipermediación que influyen en la creación de simbologías y prácticas significativas entre los jóvenes las cuales se convierten en un factor motivacional para participar y hacer presencia real y discursiva en los acontecimientos que se manifiestan en la sociedad y son puestos en escena en el ciberespacio.

Palabras clave: hábitos de consumo, usos sociales, hipermediaciones, participación social, hiperidentidad colectiva, hipertácticas de resistencia.

HOJA DE ACEPTACIÓN

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Barranquilla, Enero de 2013

DEDICATORIA.

A mí hermano Juan Carlos por su apoyo en todo momento que me sirvió de inspiración para llevar a cabo este proyecto.

A mi tutor Jair Vega, gracias por su tiempo, paciencia y conocimientos entregados en la realización de este proyecto

A mis padres y a Tía Olga por estar pendientes de este proyecto.

Javier Mauricio Antequera Ripoll

CONTENIDO

INTRODUCCION	9
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
2. PREGUNTA PROBLEMA	16
3. JUSTIFICACIÓN	17
4. OBJETIVOS	20
4.1. Objetivo general	20
4.2. Objetivos específicos	20
5. MARCO TEÓRICO	21
5.1. Estudios culturales	21
5.2. Hábitos de consumo	21
5.3. Usos sociales	22
5.4. Teoría de las Hipermediaciones	22
5.4.1 Concepto	22
5.4.2 Híper-Identidad colectiva	23
5.4.3 Híper-Tácticas de resistencia	24
5.4.4 Teoría de la identidad colectiva	24
5.5. Características de los NMS.	25
5.6. Foucault y las tácticas de resistencia	26
5.7. Desobediencia civil	27
5.8. El arte como resistencia	27
5.9. La no violencia	27

5.10. Participación Social	27
6. METODOLOGIA	29
6.1. Tipo de investigación	29
6.2. Población y Muestra	30
6.3. Técnicas e Instrumento	32
7. ANÁLISIS DE RESULTADOS	36
8. DISCUSION DE RESULTADOS	80
CONCLUSIONES	82
RECOMENDACIONES	91
BIBLIOGRAFIA	92
ANEXOS	96

TITULO

Usos sociales y hábitos de consumo de estudiantes universitarios en Facebook y Twitter y su participación social en relación con la hiperidentidad colectiva e hipertácticas de resistencia.

TEMA

Usos sociales y hábitos de consumo de estudiantes universitarios en Facebook y Twitter y su participación social en relación con la hiperidentidad colectiva e hipertácticas de resistencia.

INTRODUCCION

El presente trabajo tiene como objetivo describir los usos sociales y hábitos de consumo de Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios y la manera cómo participan éstos desde las redes sociales teniendo en cuenta la hiperidentidad colectiva y las hipertácticas de resistencia.

La fundamentación teórica del trabajo se basó desde el punto de vista contextual en los estudios culturales planteados por la escuela de Birmingham, (Williams, 1990) la teoría de la hipermediación de Carlos Scolari (Scolari, 2000) y la teoría de la identidad colectiva planteada por Alberto Melucci. (Chiju, 2007)

En este trabajo de investigación está enmarcado dentro de los estudios culturales porque se ajusta a una convergencia temática de carácter cultural en donde se combina lo tecnológico, lo político y lo social dentro de procesos dinámicos propio de la cibernsiedad actual en donde los contextos en los cuales se mueven los actores sociales se tornan híbridos desde los más variados punto de vista. Desde las mediaciones a las hipermediaciones, de la cultura a la cibercultura y de las resistencias e identidades colectivas a las hiperresistencias e hiperidentidades colectivas.

En el caso de esta investigación converge la cultura hipermediática con los consumos culturales de los jóvenes universitarios dentro de un marco político y social propia de las sociedades contemporáneas.

En cuanto al planteamiento de Scolari se trabajó el concepto de hipermediaciones en donde se plantean éstas como procesos sociales simbólicos que se generan en el mundo del ciberespacio que inciden en la forma de vida del individuo dentro de un contexto social.

En este trabajo se toma tal conceptualización para hacer referencia a la identidad colectiva y las tácticas de resistencia planteadas por Melucci como hipertácticas de resistencia e hiperidentidad colectiva.

Al trabajar a Melucci, se tuvo en cuenta el concepto de identidad colectiva que se refiere a las orientaciones de la acción y el campo de oportunidades en el cual tiene lugar la acción (Melucci, 1995:44). Dicho concepto enfatiza que una dimensión crucial de la identidad requiere de una inversión emocional y un sentido de pertenencia a la comunidad.

A partir de allí se analizaron subvariables como Inversión emocional, sentido de pertenencia, visibilidad, latencia, evaluación de la acción y acción colectiva.

Por otro lado, se trabajó el concepto de tácticas de resistencia planteado por Foucault. (1985) Dichas tácticas de resistencia se trabajaron desde el punto de vista del fundamento público, pacífico y no violento del derecho a la desobediencia civil a la relación arte y resistencia y al principio de la no violencia.

La desobediencia civil se definió como cualquier acto o proceso de oposición pública a una ley o una política adoptada por un gobierno establecido, cuando el autor tiene conciencia que sus actos son ilegales o de discutible legalidad, y es llevada a cabo y mantenida para conseguir unos fines sociales concretos.

El arte como resistencia es una manera de expresar a través de un sentido estético el no estar de acuerdo con una postura política, ideológica y social. La no violencia como toda práctica o metodología socio-política, tiene como objetivo influir en el curso de un conflicto para dirimir diferencias.

Otra de las variables utilizadas fue la de participación social que se refiere a la toma de conciencia de uno o varios individuos acerca de la importancia de sus aportes como miembros de una comunidad en la toma y ejecución de decisiones.

Este trabajo de investigación se abordó desde la metodología cuantitativa. Es una investigación descriptiva de corte transeccional con un análisis de variables como: Hábitos de consumo, usos sociales, hiperidentidad colectiva, hipertáticas de resistencia y participación social. Se trabajó con un muestreo estratificado.

El universo estuvo conformado por estudiantes de la universidad del Autónoma del Caribe, universidad del Atlántico, universidad Simón Bolívar. Las tres universidades escogidas para este estudio se seleccionaron porque son las más representativas en el número de los estudiantes que cursan carreras profesionales en la ciudad de Barranquilla, además que se encuentra una gran variedad en el nivel socioeconómico de los estudiantes permitiendo una mayor riqueza en puntos de vista y apreciaciones.

Se utilizaron encuestas para medir las variables respectivas y grupos focales para afinar el instrumento en cuanto a hábitos y usos sociales por parte de estudiantes universitarios. Dichas encuestas fueron desarrolladas con formato de preguntas cerradas y algunas con opción múltiple. Estas fueron realizadas en los salones de clase de las universidades respectivas a las que se les pidió permiso a los docentes para que cedieran un espacio de su tiempo y poder realizar el trabajo con los jóvenes estudiantes.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El papel que ejercen las redes sociales en el mundo contemporáneo es avasallador. Un poder prodigioso que incide en la mentalidad de los cibernautas que se mueven en un contexto cibercultural de múltiples tendencias.

Hoy en el mundo de las redes sociales circulan una multiplicidad de discursos reflejados en flujos informacionales de notable impacto en la opinión pública. Las redes sociales han creado y activado nuevas intertextualidades e hipertextualidades que a través de representaciones simbólicas reflejan las visiones del mundo de los internautas en espacios como Facebook y Twitter.

El desarrollo de las nuevas tecnologías y el acceso cada vez más fácil a estas redes sociales han hecho que los jóvenes tengan una relación muy importante, concretamente con Internet y sobre todo con Facebook y Twitter. Estas más que una herramienta de comunicación se han convertido en mecanismos que sirven para potenciar un determinado tipo de relaciones sociales. Es decir, que el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y consigo mismo. (Thompson, 1999)

Las generaciones de hoy no pueden explicarse sin los cambios culturales que han generado los medios de comunicación y las nuevas tecnologías. Este contexto lleno de instrumentos tecnológicos está configurando la visión de los jóvenes universitarios sobre la vida y del mundo, mientras las instituciones primarias de socialización como la familia y la escuela van quedando rezagadas de las nuevas formas de sociabilidad que practican los jóvenes. (Solé Jordi, pag.153)

Los jóvenes de hoy en día, se han desarrollado con estos avances y son las primeras generaciones que han experimentado una transformación en las costumbres, hábitos y actitudes. De ahí que éstos han encontrado en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación un nuevo espacio donde poder desarrollar procesos de enculturación propios al margen de las instituciones primarias de socialización.

Está claro entonces que hoy en día vivimos en un espacio sociocultural distinto, que se ha ido desarrollando a partir de los procesos de globalización y de la emergencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) las cuales comienzan a transformar nuestras visiones e imaginarios de lo que es el mundo.

Los efectos culturales que ha generado la aparición de un nuevo sistema de comunicación electrónico, caracterizado por la integración de todos los medios de comunicación y su interactividad potencial a escala global, ha abierto una nueva red de significados con los que se pueden desarrollar nuevas formas de configurar la identidad.

De los grupos de internautas los que más están familiarizados con el mundo de las redes sociales son los jóvenes universitarios quienes se están expresando de otra manera haciendo uso de las redes sociales en línea. De acuerdo con investigaciones como la de Ellison, Steinfield y Lampe (2007) y Valerio-Ureña (2010), en ciertos contextos, más del 90% de los estudiantes universitarios forman parte de alguna red social en línea. De ahí la importancia de éstos en el uso, hábitos y nuevas relaciones que se crean en las redes sociales.

Han sido varios los estudios que se han realizado en relación con los jóvenes y su acercamiento a las nuevas tecnologías y redes sociales así como el papel que juegan los universitarios en este contexto cibercultural. Tal es el caso del trabajo realizado por la fundación Pfizer en septiembre de 2009 sobre hábitos, usos y comportamientos de la juventud española en relación a las TIC, especialmente en todo lo relacionado a las redes sociales por Internet, analizando cómo viven, valoran y entienden esta nueva forma de comunicación digital.

De igual forma, la socióloga Lucía Merino ha presentado en la UPV/EHU una tesis doctoral titulada Nativos digitales: una aproximación a la socialización tecnológica de los jóvenes señalando que los jóvenes de hoy en día son nativos de la denominada cultura digital. Merino investiga sobre la relación de éstos con las nuevas tecnologías, y en cómo aprenden y se socializan mediante ellas en un estudio en donde participaron 306 alumnos de Secundaria de Bizkaia en el país Vasco en el 2010.

De manera más específica en cuanto al uso que hacen los jóvenes en relación con los hábitos y consumo de redes sociales en estudiantes universitarios, un reciente

estudio bastante profundo fue publicado en el periódico Milenio de México el siete de octubre de 2012 en el cual más de cien alumnos de la licenciatura en Comunicación de la Universidad Iberoamericana participaron en el estudio internacional comparado A Tethered World (Un mundo conectado) que a lo largo de 24 horas rastreó los hábitos de universitarios en cuanto al uso y consumo de redes sociales y noticias.

Dicho estudio fue avalado y patrocinado por la Salzburg Academy of Global Media Literacy, quienes analizaron los hábitos de 793 universitarios de 52 nacionalidades y tres continentes distintos, provenientes de ocho casas de estudio de México, Líbano, Inglaterra, EU y Eslovaquia. De acuerdo con los resultados del mismo, los estudiantes comparten contenido y expresan su opinión en múltiples ocasiones al día, todos los días de la semana.

De acuerdo con lo anterior, sin duda alguna las nuevas tecnologías han hecho nacer en el mundo de los jóvenes un horizonte de nuevas posibilidades y de nuevos problemas que hace años no hubieran podido siquiera imaginarse. Por ejemplo, en los últimos años del siglo XX el movimiento de resistencia a la globalización capitalista ha conseguido movilizar a unos sectores juveniles que, en épocas anteriores, se habían mostrado bastante reticentes a participar en las organizaciones sociales que presentaban un perfil más crítico y político.

Ahora bien como se puede observar la juventud, especialmente los jóvenes universitarios se están expresando y participando de otra manera, han visto en las redes sociales e internet una ventana enmarcada en un contexto virtual en donde pueden expresar sus opiniones sin ningún tipo de veto.

Los universitarios de hoy se han convertido en prosumidores, una figura híbrida entre el productor y el consumidor (Scolari Carlos, pág. 248). Ellos producen y reciben múltiples textos y participan en el mundo del ciberespacio creando nuevos vínculos con los miembros de las diferentes redes sociales.

Dichos vínculos según Faletto (1986) se esbozan entre las expresiones colectivas juveniles y los nuevos movimientos sociales, al trascender la condición de clase y las posturas ideológicas, entre estudiantes universitarios quienes empiezan a afiliarse a distintos colectivos que convocan un sin número de intereses –ambientales,

culturales, económicos, religiosos, de diversidad sexual y género, etc.—, así como también desde sus vivencias y particulares visiones del mundo, construidas a partir de su condición generacional, configurando redes de acción y movilizaciones en torno a su propio reconocimiento como actores sociales.

Sin embargo surge el problema de saber cómo los jóvenes universitarios se relacionan con las redes, cómo es su grado de participación social cuando de construir hiperidentidades colectivas e hipertáticas de resistencias se trata dentro de contextos de hipermediaciones.

Un mundo cibercultural distinto que merece ser indagado sobre todo en relación con la manera como expresan sus discursos y cómo estos pasan de ser estructuras mentales a convertirse en acciones colectivas de participación social.

Por eso es necesario preguntarse:

2. PREGUNTA PROBLEMA

¿Cuáles son Usos sociales y hábitos de consumo de estudiantes universitarios en Facebook y Twitter y su participación social en relación con la hiperidentidad colectiva e hipertáticas de resistencia?

3. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de investigación se justifica porque representa una mirada de las redes sociales como Facebook y Twitter desde el punto de vista de la manera cómo la teoría de las hipermediación permea la participación social de los jóvenes universitarios en el mundo del ciberespacio a través de hábitos, usos, participación social, hipertácticas tácticas de resistencia e hiperidentidades colectivas.

El tema de los hábitos y los usos sociales de Facebook y Twitter ha sido tratado en varias investigaciones en diferentes partes de Latinoamérica y España.

Por ejemplo, en España se pueden destacar trabajos como el de jóvenes consumidores y redes sociales en Castilla-la Mancha en donde se analizaron de manera amplia las implicaciones, presentes y futuras del desarrollo de las redes sociales en internet.

Este se constituye en un tema relevante porque explica las lógicas de producción que han generado las redes sociales en los jóvenes universitarios, dentro de una dinámica de producción y consumo que genera nuevos sentires y pensamientos en el mundo de la cibercultura.

Sobre las investigaciones que se han realizado en relación con los universitarios la mayoría giran en torno a las competencias en el uso académico de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como es el caso de la investigación realizada a estudiantes de las universidades de Salamanca en España, Autónoma de Chihuahua y Veracruzana, en México. En donde se trabajó con los alumnos de 20 profesores de cada universidad que utilizaban significativamente las TIC en sus procesos de enseñanza-aprendizaje (Arras, 2011, pág. 130 a 152).

Ahora bien, no solo se están generando resultados que describen los hábitos y los consumos de los jóvenes universitarios en las redes sociales en investigaciones como la antes mencionada sino que también socialmente se necesitan estudios que

describan las nuevas mediaciones (hipermediaciones) que se generan en el ciberespacio a través de la participación social, las tácticas de resistencia, las identidades colectivas.

Es un trabajo necesario porque socialmente muestra un contexto novedoso ya no de mediaciones sino de hipermediaciones. Conocerlas ayudaría a entender cómo se comunican los jóvenes, cuáles serían sus intereses, sus visiones del mundo, sus maneras de procesar la información.

Conocer todos estos aspectos incentivaría a la generación de procesos de alfabetización informacional al interior de las universidades para poder monitorear desde observatorios de comunicación el papel del prosumidor universitario.

Desde el punto de vista de la participación social en el mundo del ciberespacio es una oportunidad para describir la manera cómo participan los jóvenes universitarios, cómo se asocian, cómo manifiestan sus resistencias, como crean o no identidad colectiva.

De igual forma, socialmente es necesario saber cuánto tiempo dedican a uso de las redes sociales, cuáles son sus hábitos. En la medida en que se conozca esta información, este tipo de trabajos serviría a las escuelas y las empresas editoriales para desarrollar software educativo que contribuirán al mejoramiento de la calidad académica de sus estudiantes.

También desde el punto de vista social es relevante porque a través de los resultados se podría observar hasta qué punto los jóvenes construyen ciudadanía al interior de las redes sociales.

Lo anterior ha sido corroborado por ejemplo en estudios en Suramérica, más específicamente en Brasil como el desarrollado por Deenise Cogo y Daniel Barsi Lopez quienes analizan la apropiación y el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación por la juventud integrante de los movimientos sociales y cómo se pueden configurar percepciones y prácticas de ciudadanía relacionadas específicamente a demandas por el reconocimiento de la diversidad cultural y otras formas de visibilidad referentes a la

periferia, que no son transmitidas por los medios hegemónicos. Observatorio (OBS*) Journal, vol.5 - nº1 (2011), 035-057.

Desde el punto de vista disciplinario este trabajo de investigación serviría de base para identificar las hipermediaciones que generan dichos usos y hábitos en el estudiante universitario.

Hacer ese tipo de reconocimiento se constituiría en una buena oportunidad para hacer replanteamiento de los currículos en las carreras universitarias partiendo del hecho de que los jóvenes están en continua interacción con estas redes. También se podrían aplicar estrategias de eduentretenimiento que contribuirían a la mejor asimilación de los contenidos programáticas de las diferentes asignaturas.

De igual forma, se constituiría para la comunicación una apertura para el estudio del prosumidor en relación con las redes sociales y el papel que desempeña dentro de la participación social. Un papel activo y dinámico en donde se trasciende la linealidad de la audiencia como lo plantean Omar Rincón, Nilda Jacks y Jorge Bonilla en su libro De las audiencias contemplativas a los productores interconectados. (Jacks, 2012).

Por otro lado, describir como participan socialmente los jóvenes universitarios en el mundo del ciberespacio se convierte en una posibilidad de hacer relecturas de teorías de comunicación tradicionales como la Agenda Setting, la teoría de dos pasos entre otras para identificar hasta que punto necesitan de un replanteamiento de los conceptos planteados por las mismas.

De la misma manera se abriría un macro espacio conceptual para el estudio de las hipermediaciones en las diferentes redes sociales como un concepto planteado por Carlos Scolari al tomar como referencia la definición Martin Barbero que a su vez fue tomada de Martin Serrano en la Teoría de la Mediación Social.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo general

Describir los usos sociales y hábitos de consumo de Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios y la manera cómo participan éstos desde las redes sociales teniendo en cuenta la hiperidentidad colectiva y las tácticas de resistencia.

4.2 Objetivos específicos

- Identificar los hábitos de consumo de Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios.
- Identificar los usos sociales de Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios.
- Identificar cómo se presenta la híper-identidad colectiva en estudiantes universitarios en Facebook y Twitter.
- Describir como se presentan las hipertácticas de resistencia en Facebook en estudiantes universitarios.
- Caracterizar las formas de participación en movimientos sociales a través de Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Estudios culturales

Son aquellos estudios que se proponen examinar diversos acontecimientos en función de las prácticas culturales y su relación con el poder. Su objetivo constante es exponer las relaciones de poder y examinar el modo en que éstas influyen y dan forma a las prácticas culturales. (Williams, 1990).

No son simplemente el estudio de la cultura como si fuera una entidad independiente separada de su contexto social y político. Su objetivo es comprender ésta desde la complejidad en todas sus formas y analizar el contexto político en que se manifiestan.

Desde esta perspectiva este trabajo de investigación presenta las estructuras conceptuales que permiten hacer hibridaciones entre mediaciones e hipermediaciones, tácticas de resistencia y construcción de identidades colectivas con definiciones hipermediáticas producto de las interacciones que se dan en el ciberespacio.

5.2 Hábitos de consumo

El consumo puede interpretarse como un conjunto de prácticas culturales que sirven para establecer distinciones sociales y no un simple medio de expresar diferencias. (Bourdieu, 1998).

Para este investigador el consumo comporta símbolos, signos, ideas y valores. Estos son el producto de los condicionamientos de clase y de los hábitos, es decir, las estructuras mentales a través de las cuales aprehenden el mundo social y orientan sus prácticas.

5.3 Usos sociales

Los usos sociales son “las acciones prácticas específicas” que crean los miembros de la audiencia involucrando a los medios de comunicación con el objetivo de satisfacer necesidades particulares en el determinado medio o red social. (Lull 2003 p. 65)

5.4 Teoría de las Hipermediaciones

5.4.1 Concepto

Las hipermediaciones se conciben como un proceso de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente. (Scolari, 2006)

Tomando como referencia a Jesús Martín-Barbero en los años ochenta, Scolari expresa la importancia de los análisis significativos de los medios digitales y de cómo éstos generan múltiples mediaciones simbólicas en los sujetos a través de procesos complejos que se tejen en las redes sociales.

Scolari marca la diferencia al distinguir las hipermediaciones de las mediaciones, con el objetivo de fundamentar lo significativo del nuevo término en contraposición al concepto clásico de mediación.

Scolari reconoce, por un lado, que “existen más continuidades que rupturas en el camino que va de las mediaciones a las hipermediaciones” (p. 115) y que el programa de trabajo propuesto por Martín-Barbero “sigue vigente” (p. 117). Sin embargo, señala que las hipermediaciones “miran los procesos comunicacionales desde una perspectiva diferente distinta a la de las mediaciones”. (p. 116).

El manejo que le da al concepto se aleja un poco de los planteamientos de Barbero como se mencionó antes ya que las hipermediaciones están inmersas en

subjetividades que forman parte de un contexto socio comunicativo. Cuando se realiza un análisis sobre hipermediaciones “no estamos simplemente haciendo referencia a una mayor cantidad de medios y sujetos sino a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del mundo del ciberespacio. Las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá –por encima- de los medios tradicionales. (Scolari, 2008)

Antes estudiar las mediaciones era compenetrarse con un proceso social de complejidades reflejadas en el ámbito de la modernidad. Hoy con las hipermediaciones se tejen lenguajes postmodernos a través de procesos interactivos generados en las redes sociales entre las que se encuentran las más comunes como Facebook y Twitter.

Hoy en esta interacción de nuevas narrativas, gramáticas y mezclas visuales se ponen en discusión las identidades colectivas que buscan visibilizarse ante la negación de los medios masivos tradicionales.

De tal forma que “si en las mediaciones se pierde la fascinación por el objeto (los medios) para recuperar el proceso, ahora debemos perder la fascinación por los “nuevos medios” para recuperar las hipermediaciones” (Scolari, 2008).

Ahora bien, los conceptos de identidad colectiva y tácticas de resistencia planteados por Melucci y Foucault se les agrega el prefijo Hiper para hacer referencia a la visibilidad de estos conceptos en el mundo del ciberespacio de las redes sociales y se definen de la siguiente manera:

5.4.2 Híper-Identidad colectiva

Se define como sentimiento de pertenencia de una comunidad cultural, social y política en donde sus miembros se ayudan y colaboran entre sí en el mundo del ciberespacio. (Melucci 2010).

5.4.3 Híper-Tácticas de resistencia

Las tácticas se definen como aquel modo de lucha del que no puede retirarse a su lugar y se ve obligado a luchar en el terreno del adversario en el mundo del ciberespacio. (Del Valle, 2012.pag 161)

5.4.4 Teoría de la identidad colectiva

La teoría se define como la pertenencia que los propios miembros del grupo implícitamente han acordado, esta se construye a través de la interrelación del comportamiento promovido por el movimiento y la identidad individual de los integrantes (Chihu Aquiles, Polis, 2007)

Para Melucci, la identidad colectiva es una definición compartida y producida por varios grupos y que se refiere a las orientaciones de la acción y el campo de oportunidades en el cual tiene lugar la acción (Melucci, 1995:44). Por un lado, esta definición hace énfasis en las posibilidades que ofrece la identidad colectiva para que los actores calculen los costos y beneficios de la acción.

Por el otro, esta definición enfatiza que una dimensión crucial de la identidad se origina en el hecho de que la acción colectiva también requiere de una inversión emocional, un sentido de pertenencia a la comunidad que no está basado en tal cálculo.

De acuerdo con Melucci, la identidad se constituye en un proceso en el que se presentan tres elementos: *a)* la permanencia de una serie de características a través del tiempo; *b)* la delimitación del sujeto respecto de otros sujetos, y *c)* la capacidad de reconocer y de ser reconocido. Teniendo en cuenta estos aspectos para este trabajo de investigación se tuvieron en cuenta los conceptos de Inversión emocional, Sentido de pertenencia, visibilidad, latencia, evaluación de la acción y acción colectiva que actúan como subvariables en la construcción de la identidad colectiva.

La inversión emocional se define como la relación costo beneficio que beneficia al actor social al inmiscuirse emocionalmente en determinado accionar colectivo. (Melucci, 1996).

El sentido de pertenencia se define como el vínculo de apropiación y compromiso por parte del actor social al realizar determinada acción dentro de determinado contexto. (Melucci, 1996).

La visibilidad que hace referencia a la movilización colectiva de actores sociales durante un tiempo determinado, en donde se despliegan una serie de acciones con las cuales se quieren expresar las demandas y la fuerza social que sustentan a las mismas. (Melucci, 1996).

La latencia se define como el proceso en donde se construyen códigos culturales alternativos en redes subterráneas que sustentan las demandas públicas del movimiento social. (Melucci, 1996).

Evaluación de la acción se define como el proceso de control y revisión de las actividades que se proponen realizar los actores sociales en el contexto en que se desenvuelven. (Melucci, 1996).

La acción colectiva se define como un proceso convergente de orientación de los actores sociales, recursos en el campo de la acción y límite de oportunidades dentro de un contexto social y cultural. (Melucci, 1996).

5.5. Características de los NMS.

Dentro de las características de estos movimientos se puede señalar su relación cronológica en términos de similitud y coincidencia, situación que conlleva a que en el ámbito político-económico, e internacional se fortalecieran.

Otro aspecto para tener en cuenta es la trascendencia de los nuevos movimientos sociales en relación con el ciberespacio. Sin duda alguna, los nuevos movimientos sociales se han potencializado con las TICS sobre todo con internet como plataforma

tecnológica. Indiscutiblemente, se han aumentado las formas de participación, el acceso a la información entre otras. Por ejemplo: según Melucci “Las organizaciones tienden a ser cada vez más horizontales, menos jerarquizadas, más flexibles, con múltiples nodos y conectadas a numerosas micro-redes o células” Melucci (1996 p.127) las llama "redes sumergidas que se pueden activar con rapidez y efectividad”: Lo anterior genera un alto sentido de potencialización que proyecta de manera exponencial la incidencia de dicho movimiento en el mundo del ciberespacio.

En relación con la proyección social de estos nuevos movimientos, el rol que desempeñen será muy importante en las representaciones simbólicas, que a su vez se reflejarán en la fuerza expresiva de sus acciones.

Desde la comunicación, el hecho de poder crear y dar sentido a acciones se convierte en el eje principal de muchos de los programas ejercidos por los NMS. Los actuales usos de los medios de comunicación logran la atención gracias a la innovación, la creatividad y el impacto que se tiene a nivel simbólico. Aquí reside buena parte de la fuerza y resistencia posible de estas organizaciones.

5.6. Foucault y las tácticas de resistencia

Según Foucault la resistencia es el reverso del poder, sirve de catalizador para atraer a la luz la dinámica de las relaciones de poder desde su dimensión relacional estratégica con el otro. (Del Valle, 2012.pag 161).

En tal sentido no es soportar una fuerza sino oponérsele activamente, es decir, enfrentarse y bloquear sus engranajes ubicándose en todas partes dentro de la red de poder. (Foucault, 1977:116).Lo interesante es que la resistencia es un elemento constitutivo de las relaciones de poder, pero que las vuelve inoperante, que las niega. Por lo tanto, la resistencia es un punto de fuga que abre el poder. La resistencia es la lucha por la liberación de los dispositivos, también es parte de la mecánica del poder.

Por otro lado, en la participación de los jóvenes en las redes sociales se generan tácticas de resistencia por parte de los internautas estas fueron analizadas a la luz de los planteamientos de Foucault.

Estas tácticas de resistencia se van a trabajar desde el punto de vista del fundamento público, pacífico y no violento del derecho a la desobediencia civil, de igual forma se tendrán en cuenta la relación arte y resistencia.

5.7. Desobediencia civil

Se define como cualquier acto o proceso de oposición pública a una ley o una política adoptada por un gobierno establecido, cuando el autor tiene conciencia que sus actos son ilegales o de discutible legalidad, y es llevada a cabo y mantenida para conseguir unos fines sociales concretos. (Magaloni, 1990)

5.8 El arte como resistencia

Es una manera de expresar a través de un sentido estético el no estar de acuerdo con una postura política, ideológica, social. (Raquejo, 2002)

5.9. La no violencia

La no-violencia podría definirse como toda práctica o metodología socio-política, conjuntos de estrategias y procedimientos de lucha, forcejeo y presión político-social de carácter activo cuyo objetivo es influir en el curso de un conflicto o que sirve como base para su comienzo. (Chan, 2004)

5.10. Participación Social

La participación social es la toma de conciencia de uno o varios individuos acerca de la importancia de sus aportes como miembros de una comunidad en la toma y ejecución de decisiones. Los participantes sociales, orientan sus acciones una con respecto a la otra. (Roost, 1980)

Si se hace un análisis en torno a la participación social juvenil que concierne en torno a investigación, debe reconocerse como formas propias de empoderamiento que construyen ciudadanía.

Serna realiza un estudio clave que retoma la sistematización de Offe para destacar los viejos y nuevos paradigmas en que se basan las identidades, orientaciones y

modos de actuar juveniles señalando características en relación con la participación.
(Serna, 1998) (Offe, 1992).

6. METODOLOGIA

6.1 Tipo de investigación

Esta es una investigación descriptiva de corte transeccional con un análisis de variables como: Hábitos de consumo, usos sociales, hiperidentidad colectiva, hipertácticas de resistencia y participación social. Se trabajó con un muestreo estratificado. Se recurrió a la metodología cuantitativa en la que se utilizaron encuestas y grupos focales con el fin de describir y analizar las variables antes mencionadas.

Los grupos focales fueron utilizados para afinar las preguntas sobre hábitos y consumos y poder desarrollar de manera más precisa el instrumento y tener una claridad sobre las variables antes mencionadas al momento de realizar la encuesta.

En este trabajo se tuvieron en cuenta dos enfoques planteados por Melucci sobre participación social, tácticas de resistencia por Foucault e Hipermediaciones planteados por Scolari.

De igual forma, para realizar el análisis respectivo teniendo en cuenta las premisas propuestas en los objetivos específicos.

6.2. Población y Muestra

El universo estuvo conformado por estudiantes de la universidad del Autónoma del Caribe, Universidad del Atlántico, universidad Simón Bolívar.

Las tres universidades escogidas para este estudio se seleccionaron porque son las más representativas en el número de los estudiantes que cursan carreras profesionales en la ciudad de Barranquilla, además que se encuentra una gran variedad en el nivel socioeconómico de los estudiantes permitiendo una mayor riqueza y variedad en puntos de vista y apreciaciones.

Para el análisis de nuestro estudio se obtendrá una muestra estratificada de las universidades en estudio en donde las poblaciones de cada institución están discriminadas de la siguiente manera:

$$n = \frac{N Z^2 \left(\sum_{h=1}^H W_h \sqrt{\hat{p}_h \hat{q}_h} \right)^2}{Z^2 \sum_{h=1}^H W_h \hat{p}_h \hat{q}_h + N e^2}$$

n= Tamaño de muestra

N1 = Universidad del Atlántico = 16.000 estudiantes

N2 = Universidad Autónoma del Caribe = 11.000 estudiantes

N3 = Universidad Simón Bolívar = 9.000 estudiantes

Z = Grado de confiabilidad 95%

e = Margen de error 4%

Lo primero a realizar es obtener el peso porcentual

Sumamos las poblaciones 16000 + 11000 + 9 000 = 36000

Luego el valor de 36000 se divide entre cada una de las poblaciones de las tres universidades y obtenemos los porcentajes que se muestran a continuación:

N1= 16000 → n1 → W1 = 44.4%

N2= 11000 → n2 → W2 = 30.5%

N3= 9000 → n3 → W3 = 25.1%

Realizamos los siguientes cálculos en esta tabla y reemplazamos los resultados en la formula de tamaño de muestra.

Valores a reemplazar	Uniatlantico	Uniautonomia	UniSimonB	
Wh	0,444	0,305	0,251	
Ph	0,85	0,8	0,82	
Qh	0,15	0,2	0,18	
Ph*qh	0,1275	0,16	0,1476	
Wh*Ph*qh	0,0566	0,0488	0,0370	0,1425
Raiz Ph*qh	0,3571	0,4000	0,3842	
Wh * raiz*Ph*qh	0,1585	0,1220	0,0964	0,3770

Reemplazando en la formula de tamaño de muestra obtenemos lo siguiente:

$$n = \frac{(36000) (1.96)^2 (0.377)^2}{(1.96)^2 (0.1425) + (36000) (0.04)^2} = 340$$

n = El tamaño de la muestra es de **340**

Ahora para obtener la cantidad de encuestas a realizar por universidad lo determinaremos utilizando la formula estadística asignación optima.

$$n_h = n \left(\frac{W_h \sqrt{\hat{p}_h \hat{q}_h}}{\sum_{h=1}^H W_h \sqrt{\hat{p}_h \hat{q}_h}} \right)$$

Reemplazando en la formula obtenemos

$$n_1 = 340 * ((0.441) \sqrt{0.85 * 0.15}) / 0.3770 = 143$$

$$n_2 = 340 * ((0.305) \sqrt{0.8 * 0.2}) / 0.3770 = 110$$

$$n_3 = 340 * ((0.251) \sqrt{0.82 * 0.18}) / 0.3770 = 87$$

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos se realizaron 143 encuestas en la Universidad del Atlántico, 110 encuestas a la Universidad Autónoma del Caribe y 87 encuestas a la Universidad Simón Bolívar. Para diligenciar las encuestas contamos con el apoyo de docentes de las distintas universidades en mención permitiendo así tener un normal desarrollo en la aplicación de las encuestas. Para finalizar se debe aclarar que cada universidad cuenta con una cantidad definida de programas académicos, para ser más exactos La universidad Del Atlántico cuenta con 29 programas, la universidad Autónoma Del Caribe con 26 programas y la universidad Simón Bolívar con 20 programas así que la manera estadística para resolver cuantas encuestas se realizarían a cada programa resulto de la división de cada una de las muestras de las distintas universidades entre el número de programas ya relacionados anteriormente.

6.3 Técnicas e Instrumento

Como instrumento se utilizó la encuesta y las preguntas se desarrollaron y estructuraron en relación con las variables y subvariables.

Se realizaron grupos focales como técnica cualitativa con el objetivo de precisar preguntas en las variables de hábitos y consumo. Dichos grupos focales lo que buscaban era contextualizar el instrumento de la encuesta.

Las encuestas realizadas con cada uno de los estudiantes fueron desarrolladas con formato de preguntas cerradas y algunas con opción múltiple. Las encuestas fueron realizadas en los salones de clase de las universidades respectivas a las que se les pidió permiso a los docentes para que cedieran un espacio de su tiempo y poder realizar el trabajo respectivo.

Las preguntas de la encuesta están relacionadas con los siguientes objetivos específicos .En estas se reflejan las variables, subvariables e indicadores.

Las preguntas de la 1 a la 6 están relacionadas con el primer objetivo específico que es Identificar los hábitos de consumo de Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios.

La variable a medir es: hábitos de consumo, a continuación preguntas utilizadas:

¿Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo para acceder a Facebook?

¿Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo acceder a Twitter?

¿A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Facebook?

¿A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Twitter?

¿A continuación por favor señale ¿Cuántas horas al día Ud. estima que suele hacer uso de Facebook?

¿A continuación por favor señale ¿Cuántas horas al día Ud. estima que suele hacer uso de Twitter?

Las preguntas de la 7 a la 10 están relacionadas con el segundo objetivo específico que es Identificar los usos sociales de Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios.

La variable a medir es: Usos sociales, a continuación preguntas utilizadas

¿Señale por favor, ¿Cuál de los siguientes aparatos electrónicos posee y hace uso en la actualidad para conectarse con Facebook y Twitter, de forma regular?

¿Facebook le provee a usted una lista de aplicaciones, las cuales puede emplear al momento de crear su perfil Por favor señale de la siguiente lista de aplicaciones que verá a continuación cuales son las que más utiliza?

¿Usted utiliza Twitter?

¿Usted utiliza Facebook para?

Las preguntas de la 11 a la 16 están relacionadas con el tercer objetivo específico que es Identificar cómo se presenta la hiper-identidad colectiva en estudiantes universitarios en Facebook y Twitter.

La variable a medir es: hiperidentidad colectiva, a continuación preguntas utilizadas:

Las subvariables a medir son: inversión emocional, sentido de pertenencia, latencia, visibilidad, evaluación de la acción colectiva.

¿Al unirme a un grupo en Facebook o seguir a alguien en Twitter lo hago más por?

¿Cuándo apoyo un grupo en Facebook lo hago?

¿Cuándo apoyo los comentarios o apreciaciones de alguien en Twitter lo hago por?

¿Al apoyar un movimiento social en internet lo hago para que me reconozcan por este medio como una persona comprometida con una problemática social?

¿Evalúa de alguna manera lo que escribe o promueve a través de Facebook o Twitter?

¿Usted es partidario de que se generen acciones colectivas a través de su apoyo a movimientos sociales en Facebook?

Las preguntas de la 17 a la 20 están relacionadas con el cuarto objetivo específico que es Describir como se presentan las hipertácticas de resistencia en Facebook en estudiantes universitarios.

La variable a medir es: hipertácticas de resistencia

Las subvariables a medir son: .desobediencia civil, arte-resistencia, principio de no violencia, a continuación preguntas utilizadas:

¿En las redes sociales como Facebook y Twitter La desobediencia civil es la mejor forma de expresar inconformismos sociales, políticos, ideológicos?

¿A través de Facebook y Twitter usted promovería una propuesta artística estética para expresar descontento en torno a determinado hecho?

¿Considera que el arte es la mejor manera de expresar inconformismos sociales, culturales y políticos?

¿Está de acuerdo en que las protestas que se promuevan por Facebook o Twitter deben estar basadas en los principios de la no violencia?

Las preguntas de la 20 a la 22 están relacionadas con el quinto objetivo específico que es caracterizar las formas de participación en movimientos sociales a través de Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios.

La variable a medir es: participación social a continuación preguntas utilizadas:

¿Usted participa en Twitter y Facebook apoyando movimientos sociales que promueven?

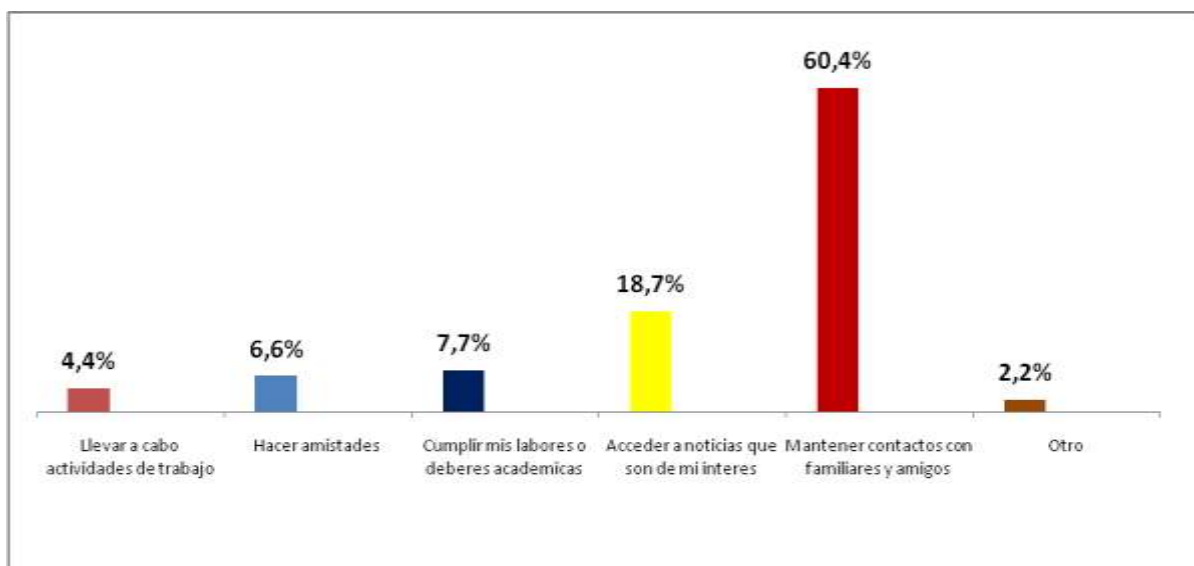
¿Su participación al apoyar determinado grupo, comunidad o movimiento social lo hace de manera?

7. ANÁLISIS DE RESULTADOS

GRAFICOS

RESULTADOS TODAS LAS UNIVERSIDADES

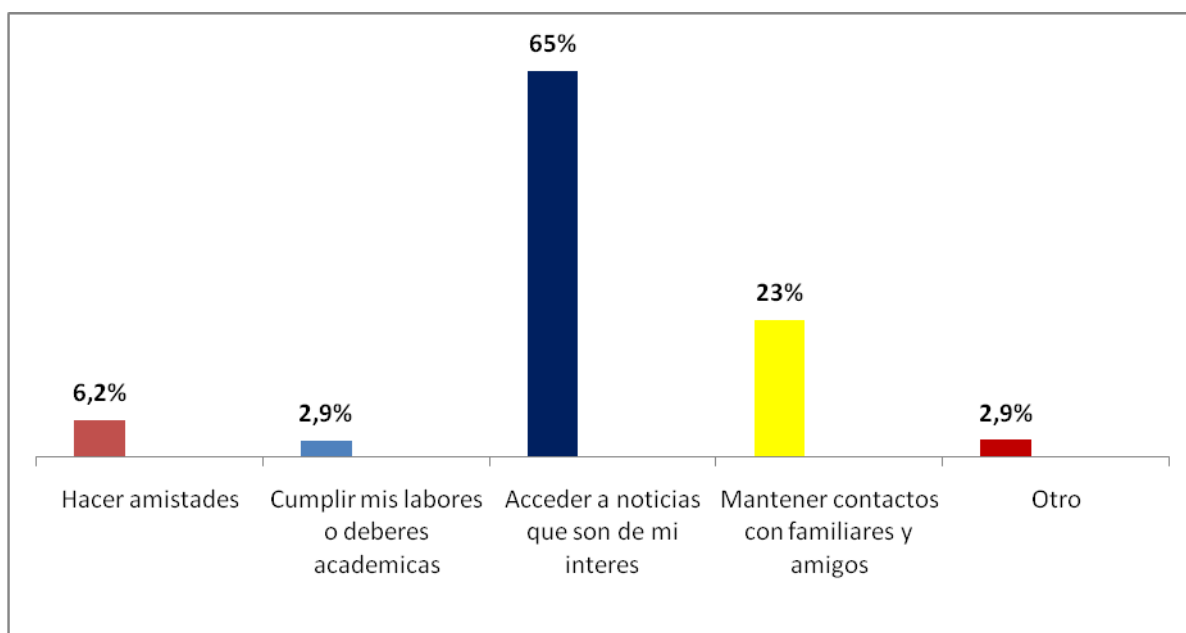
1. Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo para acceder a Facebook:



Hay un predominio porcentual alto al acceder a Facebook en un 60.4% para mantener contactos familiares y amigos. Lo que demuestra un estrecho vínculo de interacción social que permite un constante contacto con otros sujetos reforzando y recordando amistades. Refleja que Facebook es una red muy utilizada para este tipo de pretensiones.

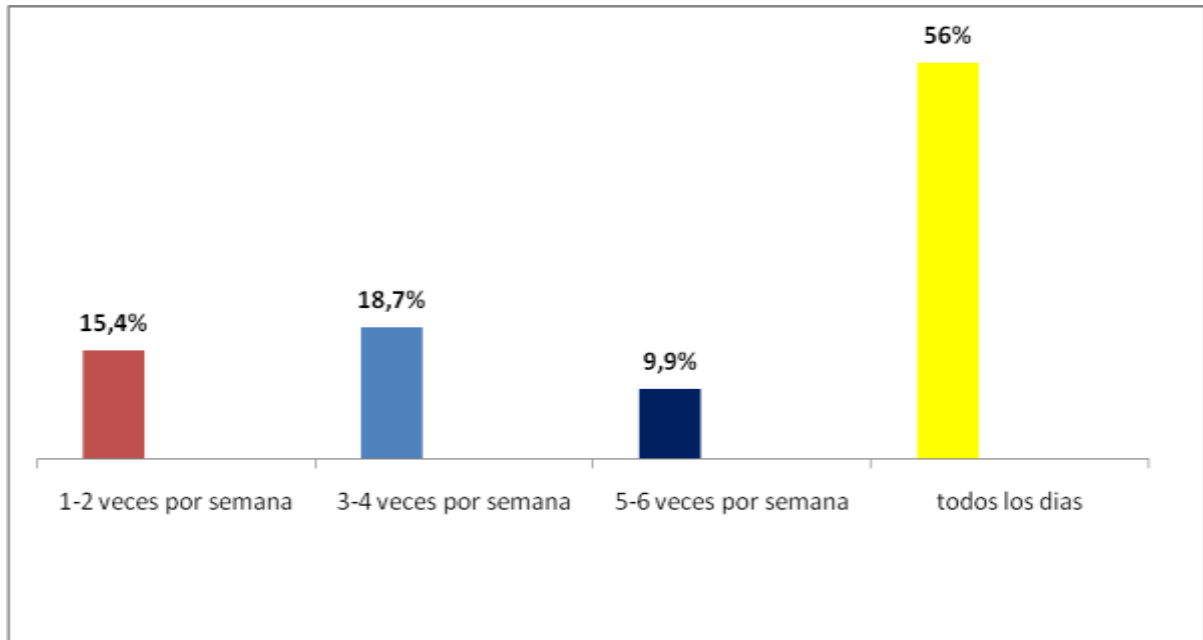
De igual forma, activa la relación sujeto con un entorno informativo que representa una conexión con el acontecer noticioso del momento.

2.Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo acceder a Twitter:



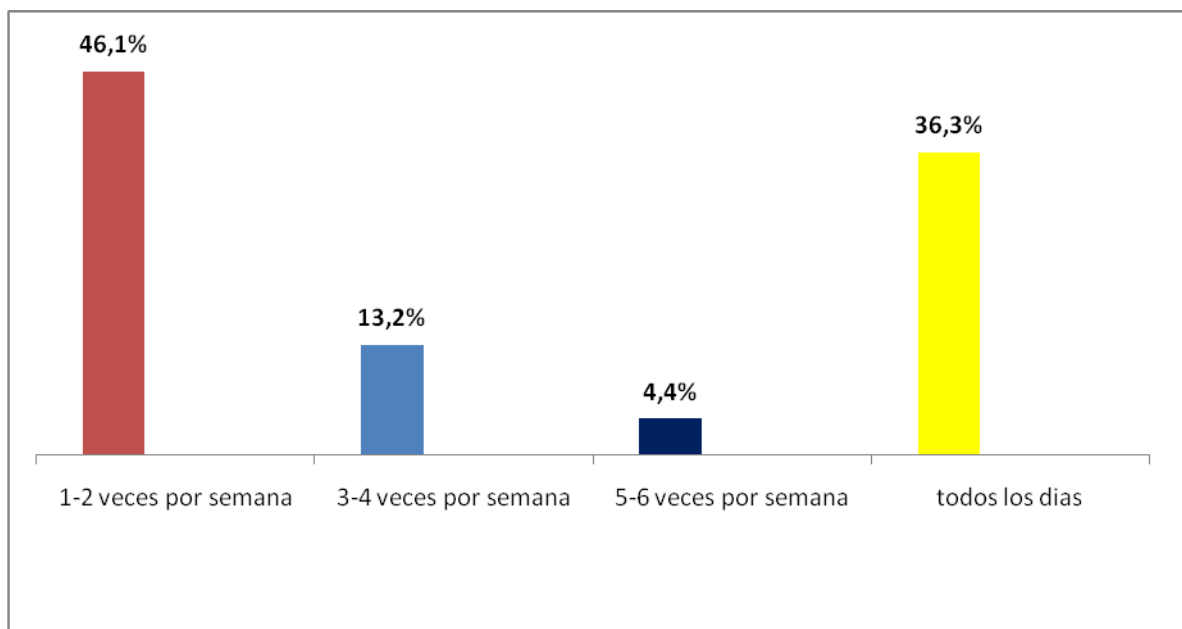
El 65% genera una conexión con la noticia cuando usa esta red, es una forma de compenetrarse con la noticia de manera rápida, concisa y precisa sobre un acontecer informativo .Se puede observar también que hay una tendencia a mantener contactos también con los familiares y amigos. Analizando ésta y la respuesta anterior se deduce que ambas redes sociales están compenetradas con el fortalecimiento de lazos familiares y la actualización genérica de los aconteceres de manera global.

3. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Facebook?



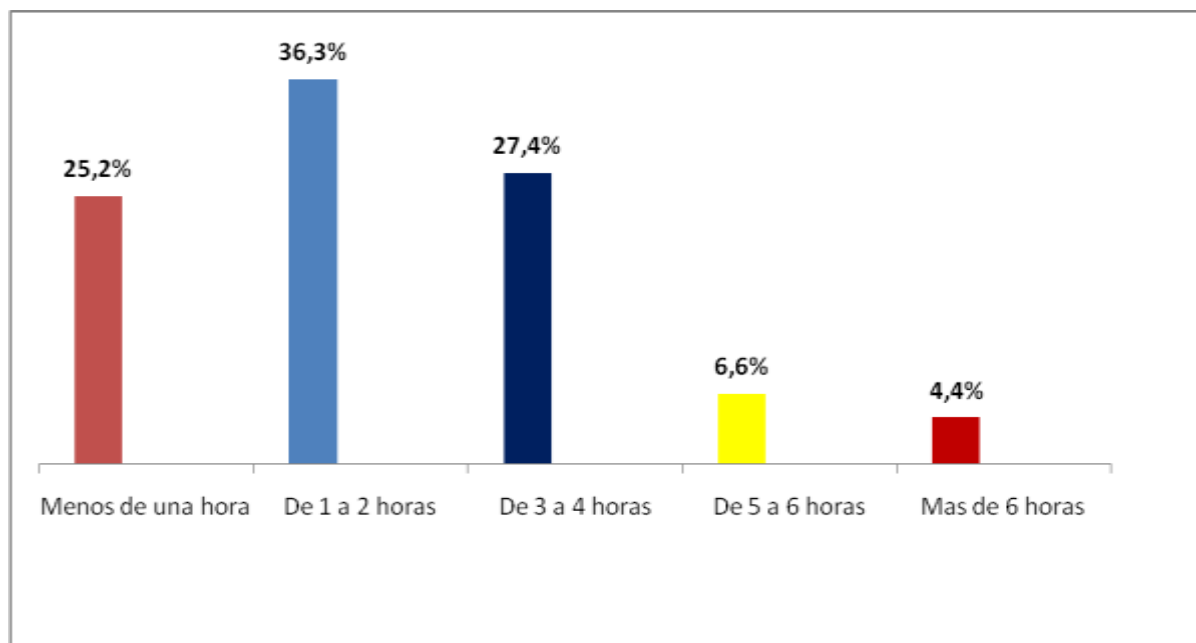
El 56% del grado de participación en Facebook es alto lo que demuestra el alto grado de favoritismo de esta red en el entorno mediático de internet .Se observa una tendencia al incrementarse el uso de esta red social.

4. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Twitter?



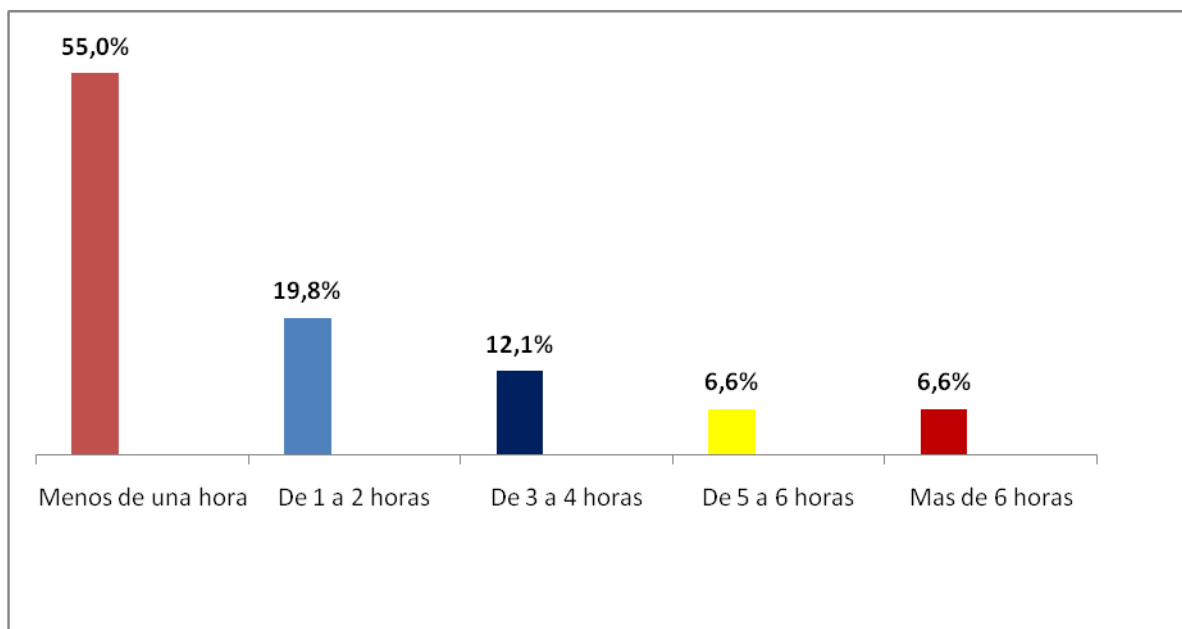
Un 46% accede a Twitter, lo que significa que esta red social ha adquirido un papel protagónico en el ámbito mediático sobre todo cuando un porcentaje de 36,3% de las personas encuestadas participa diariamente.

5. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas horas a la semana suele Ud. acceder a Facebook?



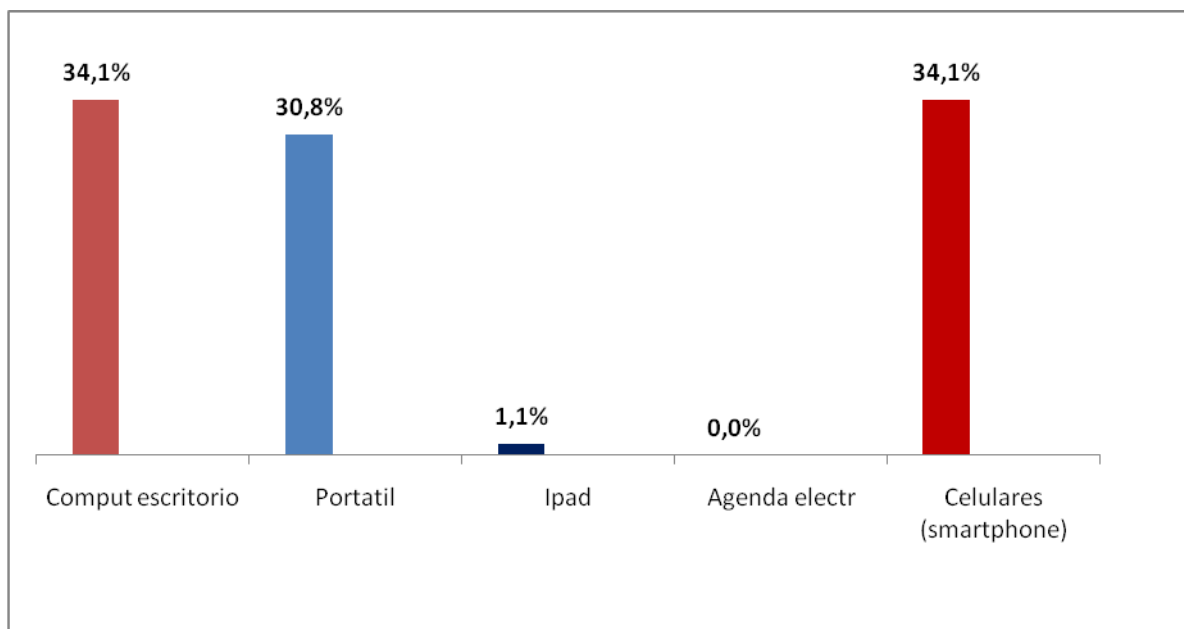
Desde el punto de vista semanal, se observa un alto grado de participación en un 36% que trabaja de una a dos horas a la semana con una tendencia al incremento en un 16% que trabaja de tres a cuatro horas.

6. A continuación por favor señale ¿Cuántas horas al día Ud. estima que suele hacer uso de Twitter?



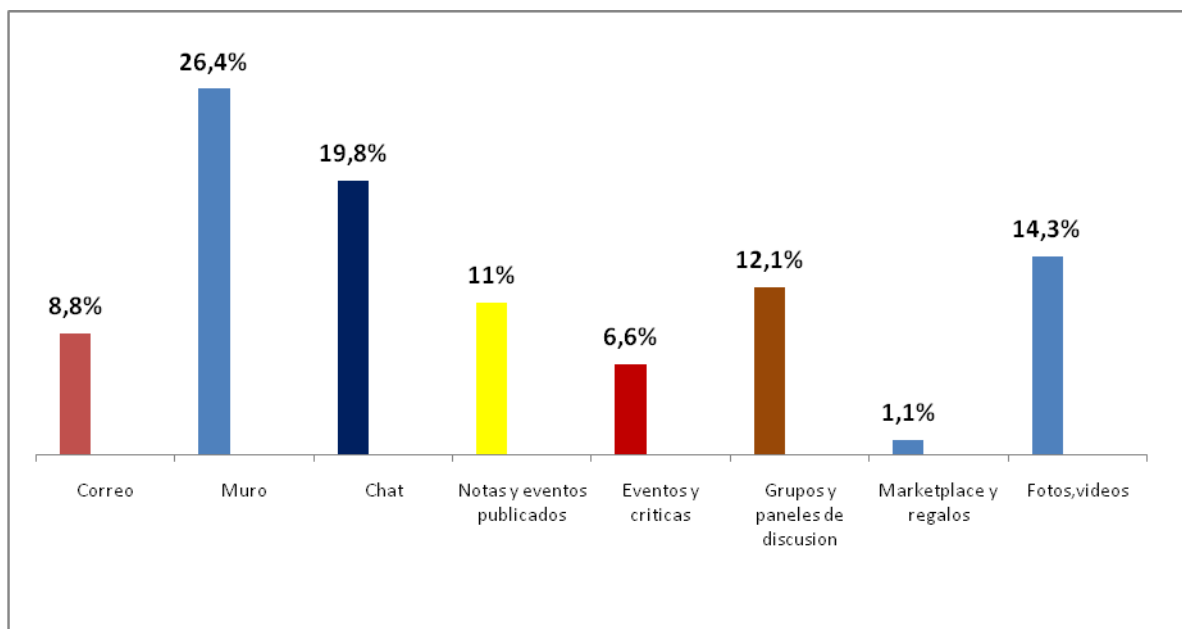
En cuanto a Twitter que tiene una concepción más dinámica, rápida en el manejo interactivo con la red se puede apreciar una tendencia alta de un 55%.Un valor altamente significativo en relación con el contenido que se trabaja y se usa.

7. Señale por favor, ¿Cuál de los siguientes aparatos electrónicos posee y hace uso en la actualidad para conectarse con Facebook y Twitter, de forma regular?

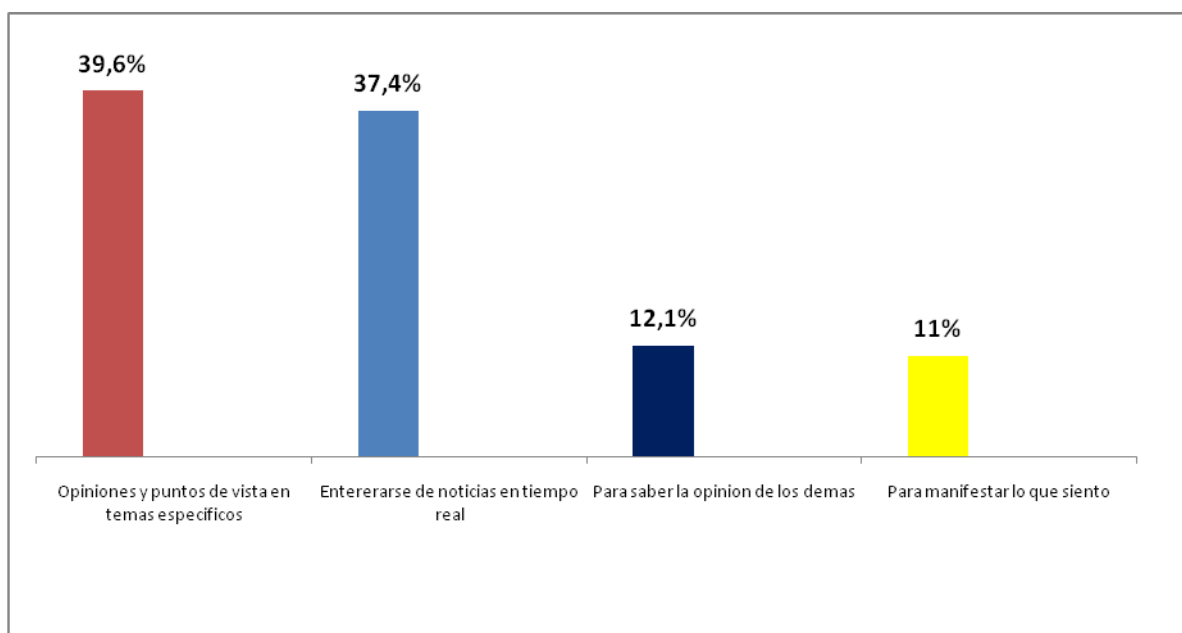


En este aspecto tenemos que aun los computadores de escritorio con 34.1% junto los teléfonos celulares (Smartphone) 34.1%, tienen una preferencia particular en el momento de conectarse a estas redes sociales, también vemos que no muy lejos en las preferencias se encuentran los portátiles con un 30.8%.

8. Facebook le provee a usted una lista de aplicaciones, las cuales puede emplear al momento de crear su perfil .Por favor señale de la siguiente lista de aplicaciones que verá a continuación cuáles son las que más utiliza usted

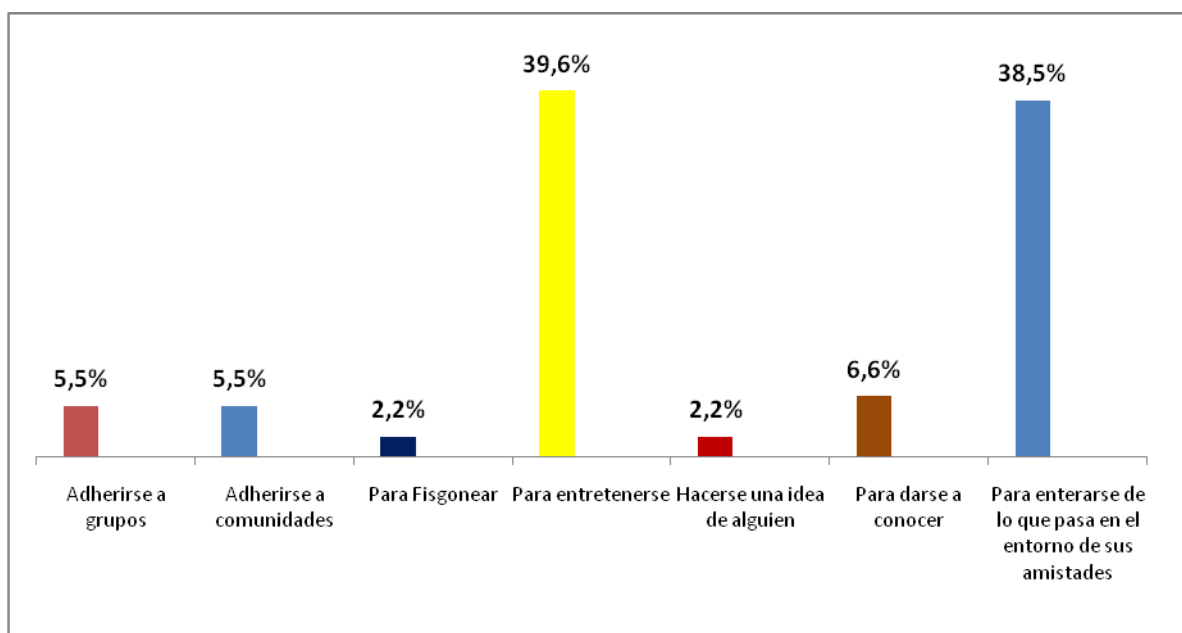


Se nota con claridad que las aplicaciones que más gustan en Facebook por parte de los estudiantes son el muro con un 26.4%, el chat con un 19.8%, y las fotos y videos con 14.3%.

9. Usted utiliza Twitter para:

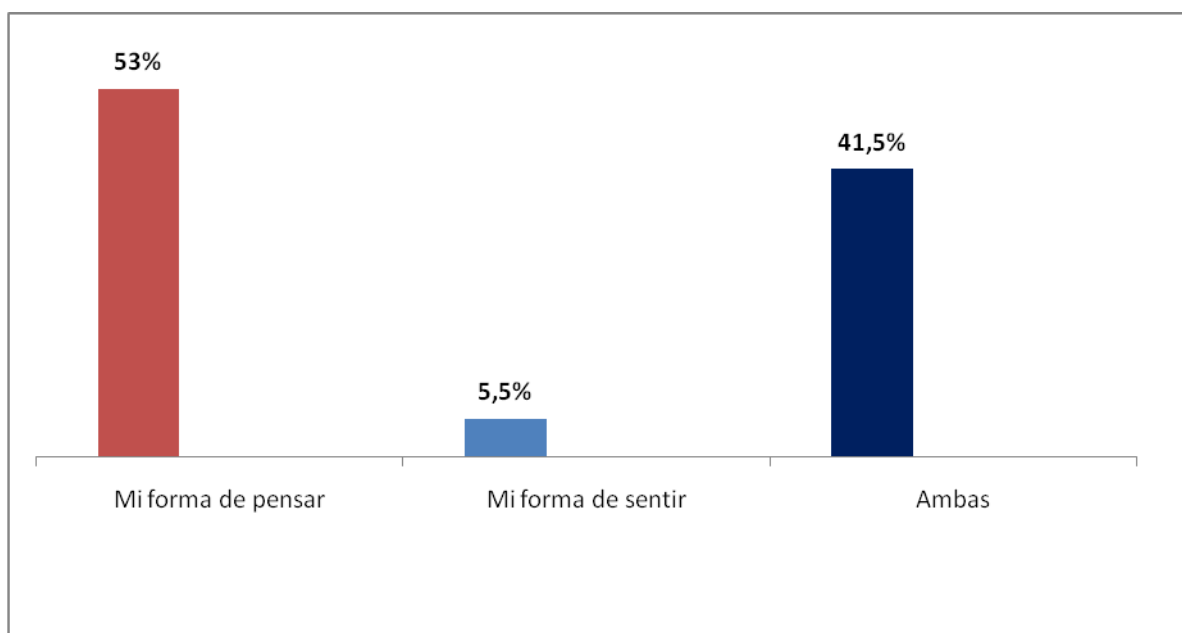
En esta pregunta los estudiantes muestran que usan la red social Twitter sobre todo para conocer las opiniones o puntos de vista de las personas que siguen con un 39.6% y al mismo tiempo estar al día de noticias en el justo momento que se den con un porcentaje de 37.4%

10. Utiliza Facebook para:



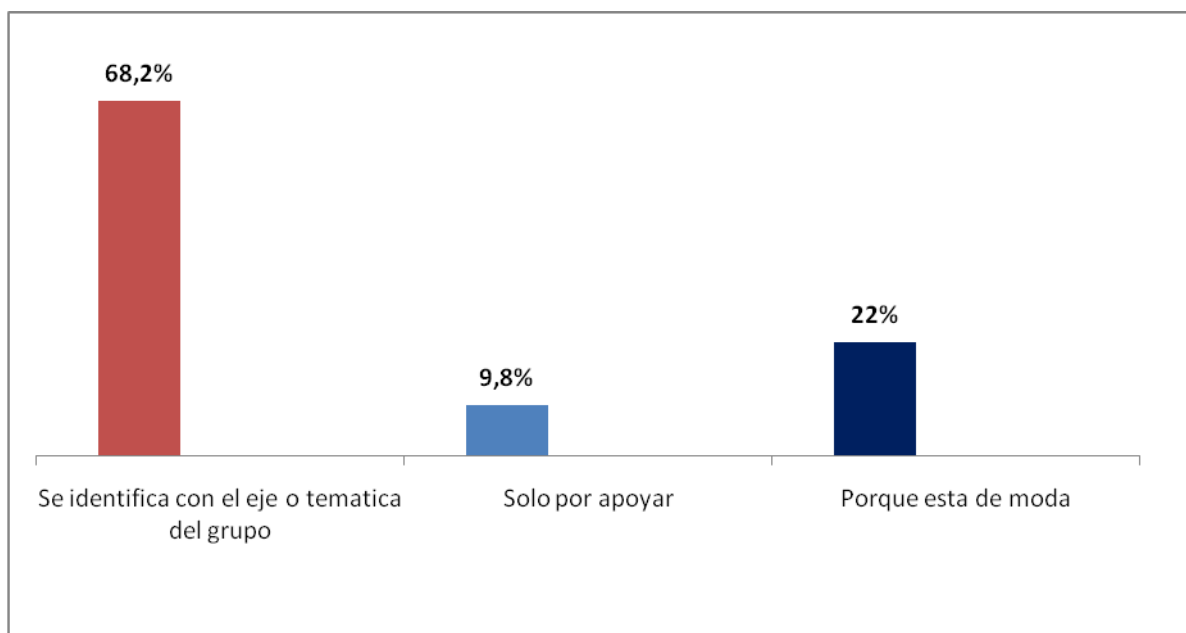
Los estudiantes afirman que utilizan el Facebook como un de entretenimiento con un 39.6% y como una manera de estar enterado de todo lo que sucede en el círculo privado de sus amistades con un 38.5%

11. Al unirme a un grupo en Facebook o seguir a alguien en Twitter lo hago más por:



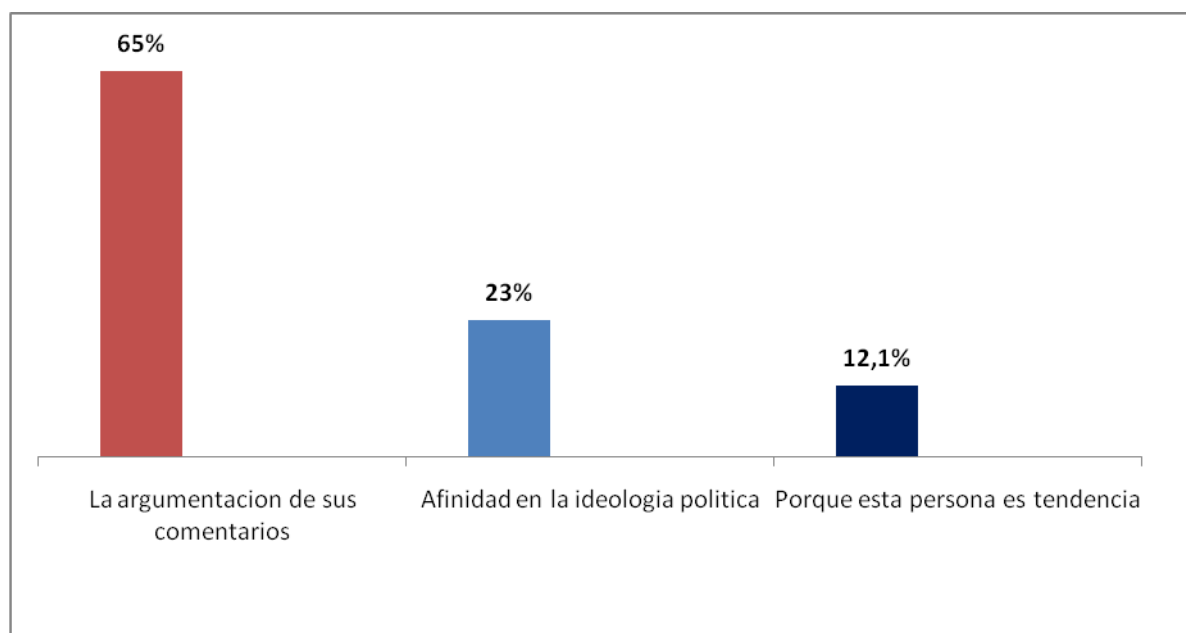
El estudiante universitario al considerar ser parte de un grupo en Facebook o seguir a alguien en Twitter priorizan más en la igualdad de criterio o manera de pensar para hacer parte de un grupo o seguir a alguien 53%, también destaca la combinación de pensar y sentir como condicionamiento para hacer parte ya sea de grupos o seguir personas 41.5%.

12. Cuando apoyo un grupo en Facebook lo hago por:



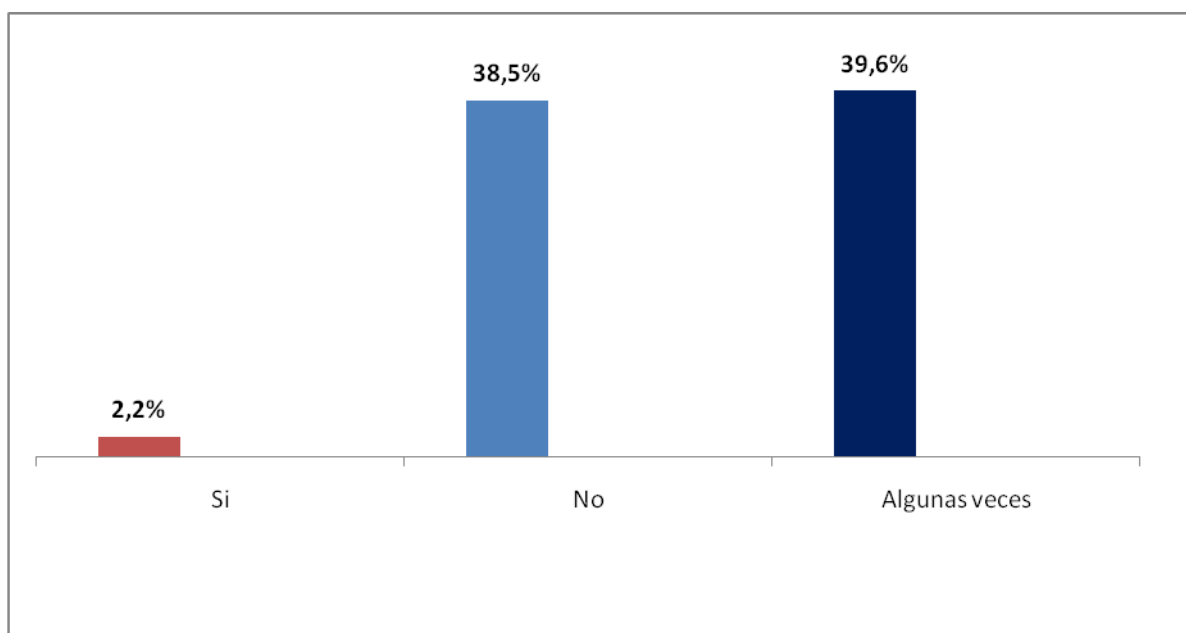
La tendencia en los universitarios es que la identificación de los temas o ejes tratados en los grupos son los puntos relevantes para apoyar a estos 68.2%, otros afirman que solo hacen parte de los grupos para estar a la moda 22%.

13. Cuando apoyo los comentarios o apreciaciones de alguien en Twitter lo hago por:



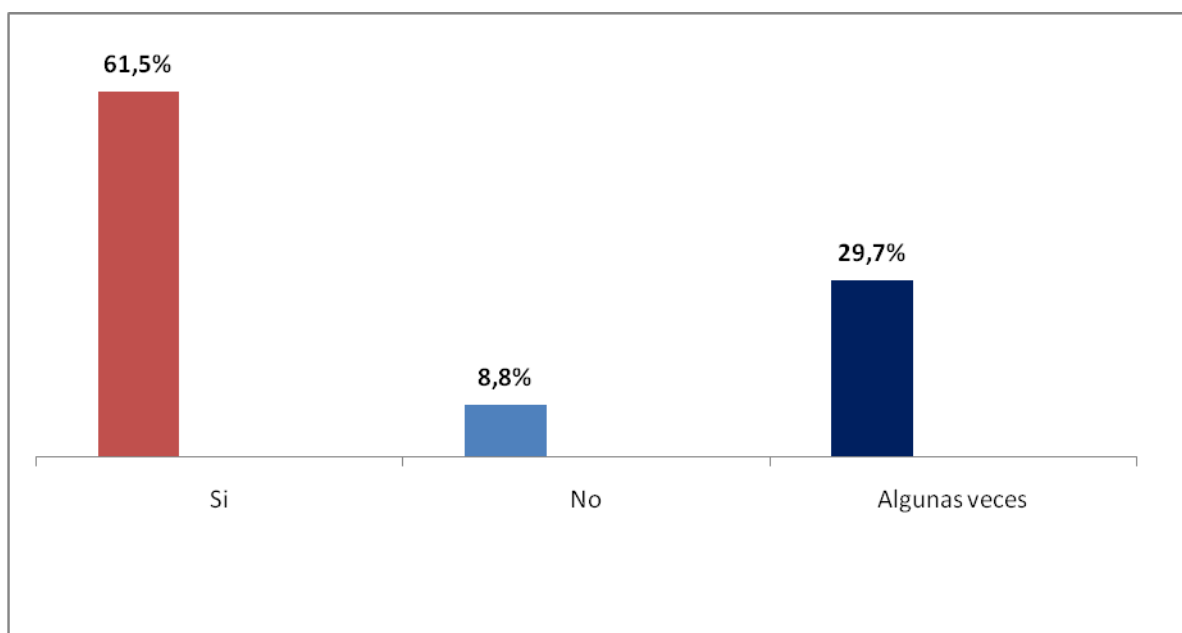
En esta pregunta se destaca que la argumentación de los comentarios es uno de los motivos primordiales para seguir a un personaje en Twitter 65%, como también las afinidades en ideologías políticas muestra una tendencia interesante con un valor del 23%.

14. Al apoyar un movimiento social en internet lo hago para que me reconozcan por este medio como una persona comprometida con una problemática social.



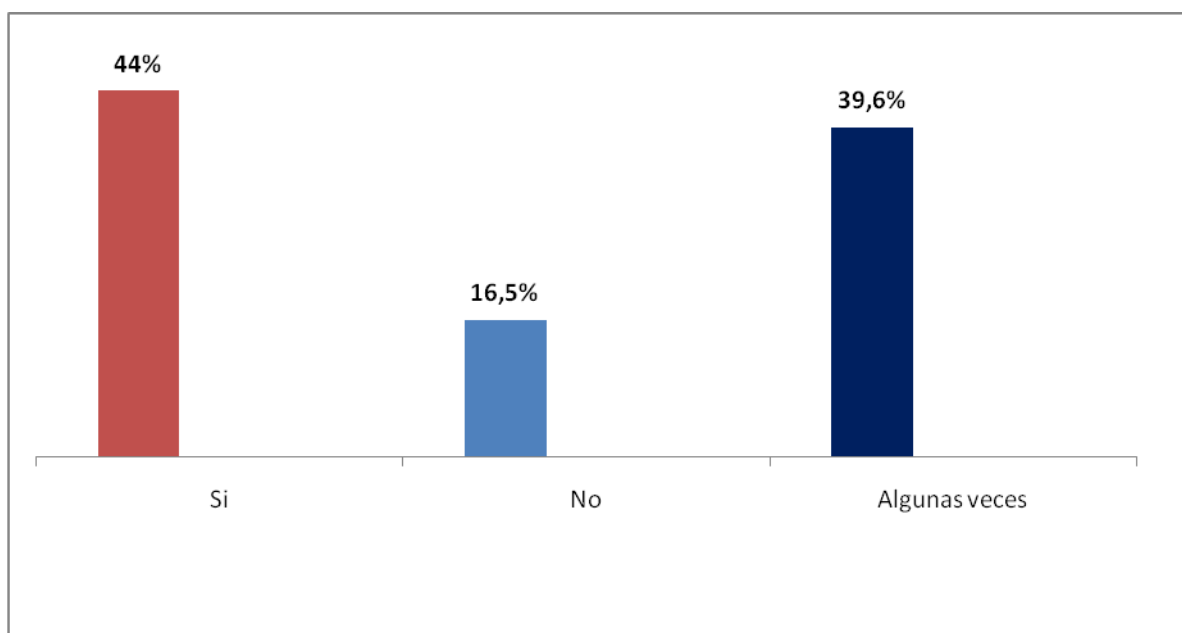
En esta pregunta los estudiantes reconocen que en algunas ocasiones siguen un movimiento social solo para ser reconocidos como personas que apoyan una causa 39.6%, como también hay un 38.5% que afirman que no lo hacen para ser reconocidos como personas que apoyan causas.

15. Evalúa de alguna manera lo que escribe o promueve a través de Facebook o Twitter:



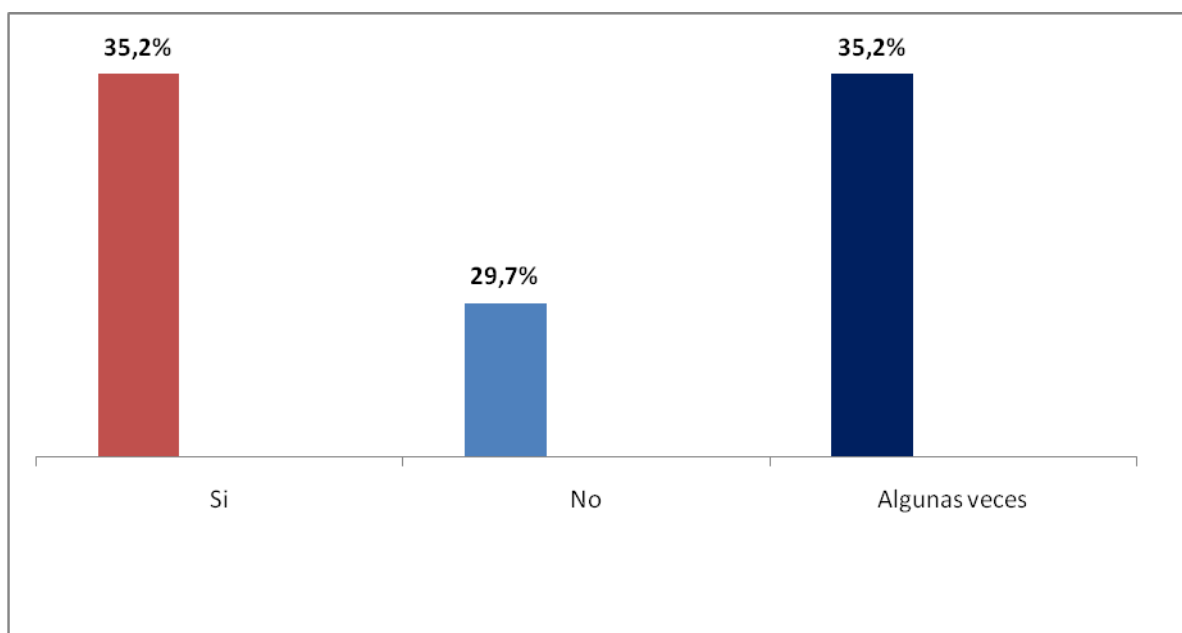
Los estudiantes muestran una tendencia a analizar las cosas que escribe tanto en Facebook o Twitter con 61.5%, pero también hay un grupo de estudiantes que no siempre considera ni analizan lo que escriben por estas redes sociales con un 29.7%

16. Usted es partidario de que se generen acciones colectivas a través de su apoyo a movimientos sociales en Facebook.



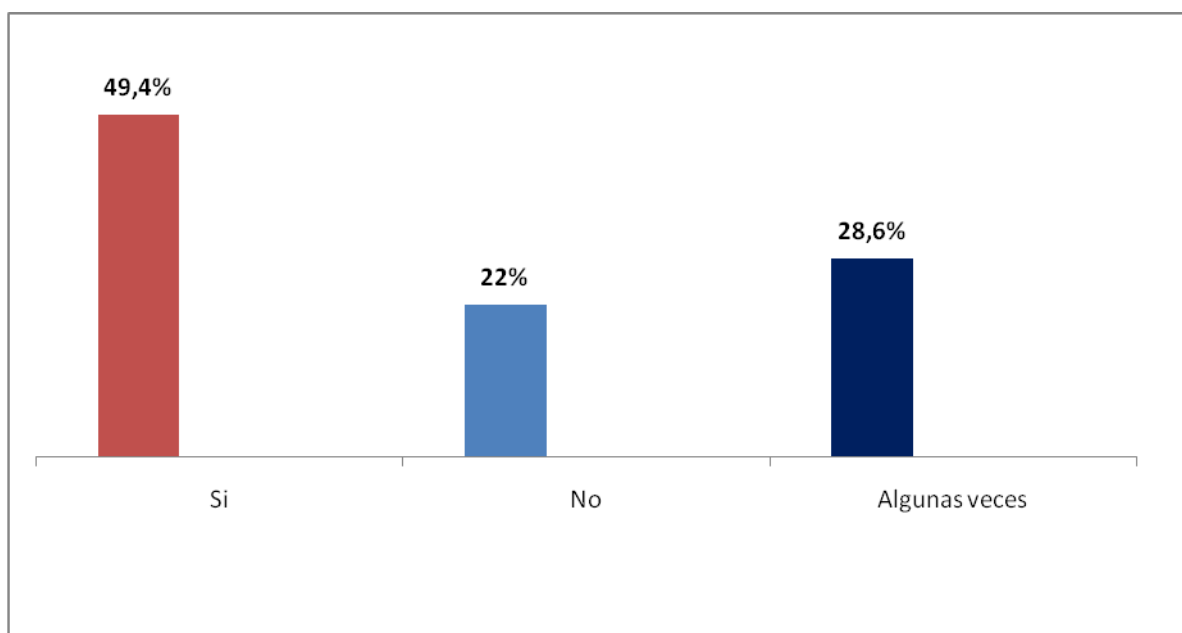
Con un 44.4% los estudiantes si son partidarios de generar acciones colectivas por intermedio de su apoyo a movimientos sociales, pero también hay una tendencia de un 39.6% en donde piensan que no en todas las ocasiones esta sería la respuesta para buscar apoyo.

17. En las redes sociales como Facebook y Twitter La desobediencia civil es la mejor forma de expresar inconformismos sociales, políticos, ideológicos

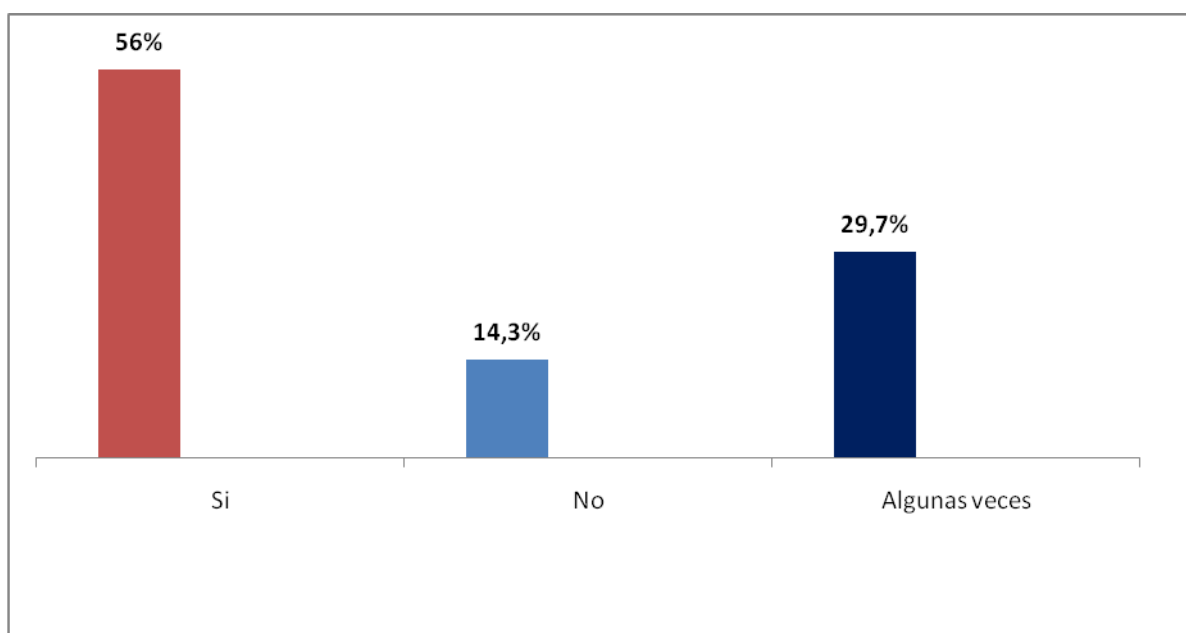


En esta respuesta se presento una clara división de opiniones con los estudiantes en donde una parte cree que si y la otra no con un 35.2%, como también tenemos una proporción interesante con un 29.7% de afirmar con un no que la desobediencia civil no es la respuesta para dar a conocer inconformismos políticos o ideológicos.

18. A través de Facebook y Twitter usted promovería una propuesta artística estética para expresar descontento en torno a determinado hecho

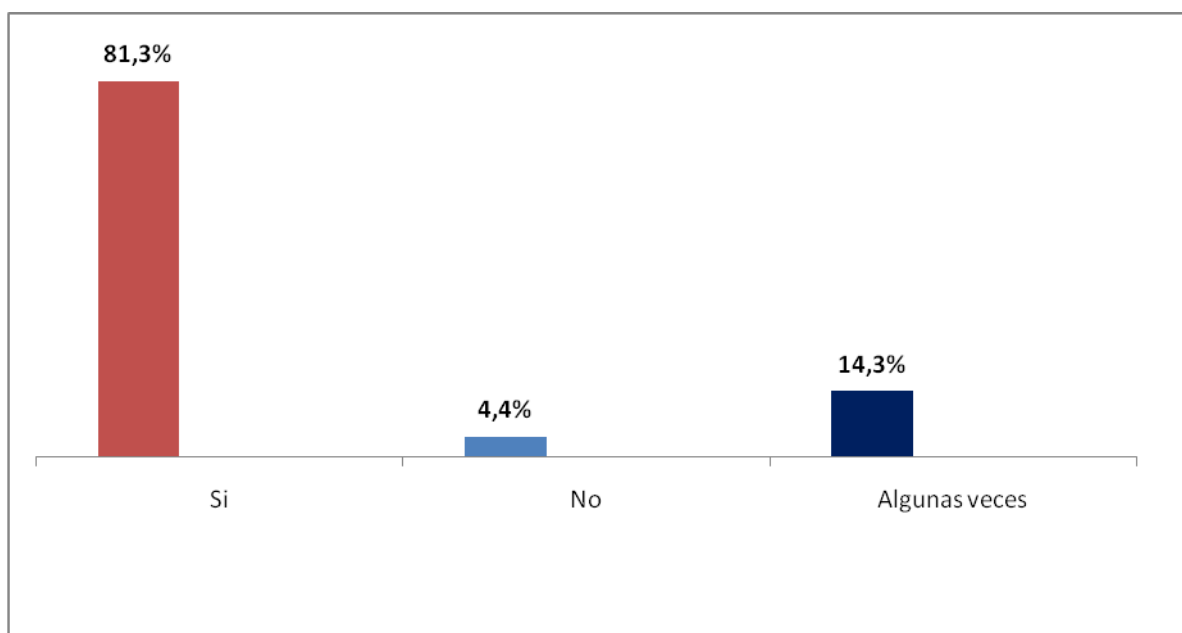


Los estudiantes con un 49.4 % afirman en estar de acuerdo que la alternativa de una propuesta artística estética para expresar descontento en torno a determinado hecho es una posibilidad viable para manifestar descontento , y un 28.6% piensan que solo en algunas situaciones sería útil.

19. Considera que el arte es la mejor manera de expresar inconformismos

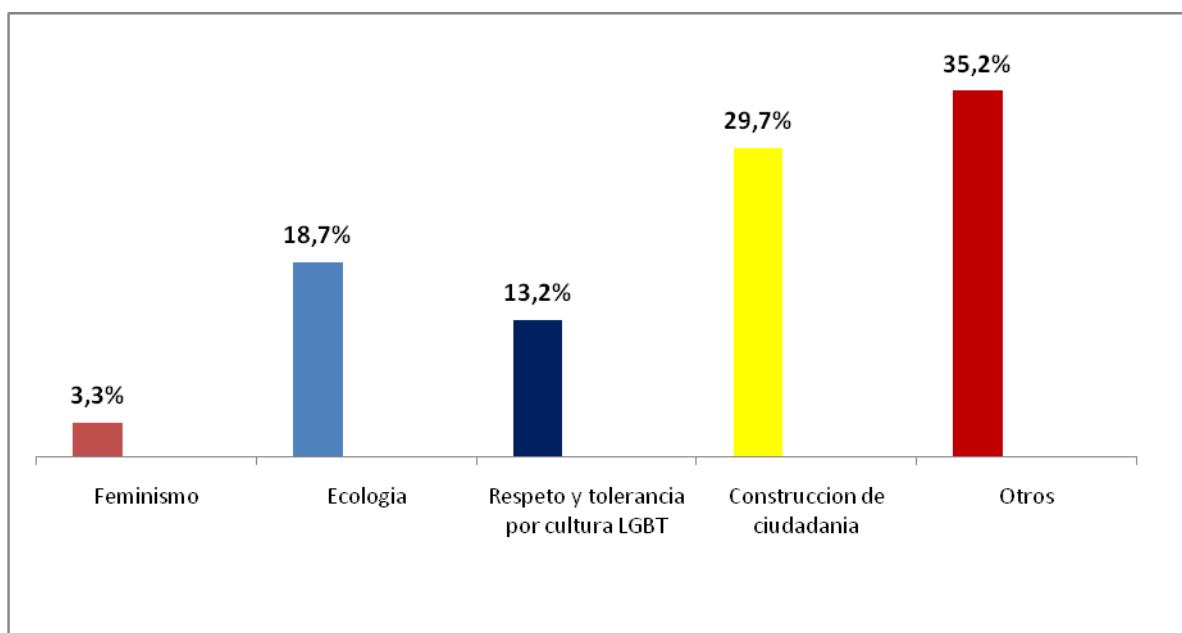
Los estudiantes apoyan con un 56% el arte como una herramienta importante para expresar inconformismos sociales, culturales, políticos, como también un 29.7% cree que solo en ciertas ocasiones esta herramienta es válida para este tipo de situaciones.

20. Está de acuerdo en que las protestas que se promuevan por Facebook o Twitter deben estar basadas en los principios de la no violencia.



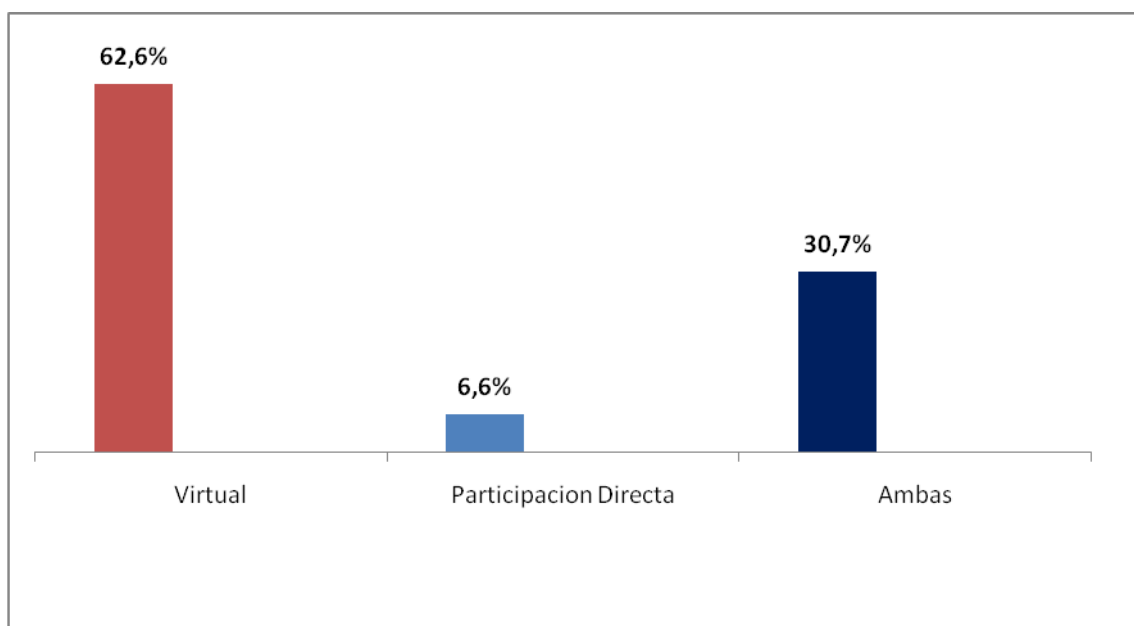
En esta pregunta la respuesta es contundente, un 81.3% está de acuerdo que los principios de la no violencia debe ser la base principal al considerar desarrollar la promoción de protestas o eventos en donde se manifieste algún inconformismo de algún tipo.

21. Usted participa en Twitter y Facebook apoyando movimientos sociales que promueven:



En estas respuestas los estudiantes en su mayoría contesto con un 35.2% otros como opción para apoyar movimientos, pero destaca como un sector de los estudiantes están empezando a construir bases solidas alrededor del tema de ciudadanía 29.7%, y emerge la ecología como interés por parte de los estudiantes con un 18.7%.

22. Su participación al apoyar determinado grupo, comunidad o movimiento social lo hace de manera

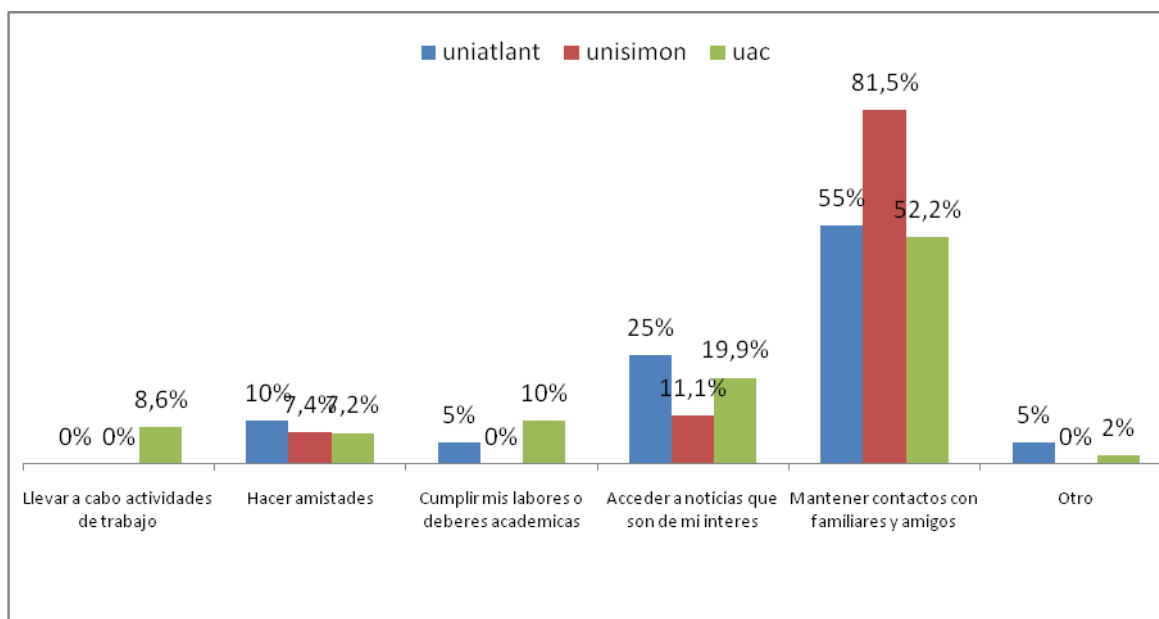


Los estudiantes fundamentan su apoyo a grupos o comunidades desde los virtual con un 62.6%,y ambas surge como una de las opciones emergentes con un 30.7%

GRAFICOS

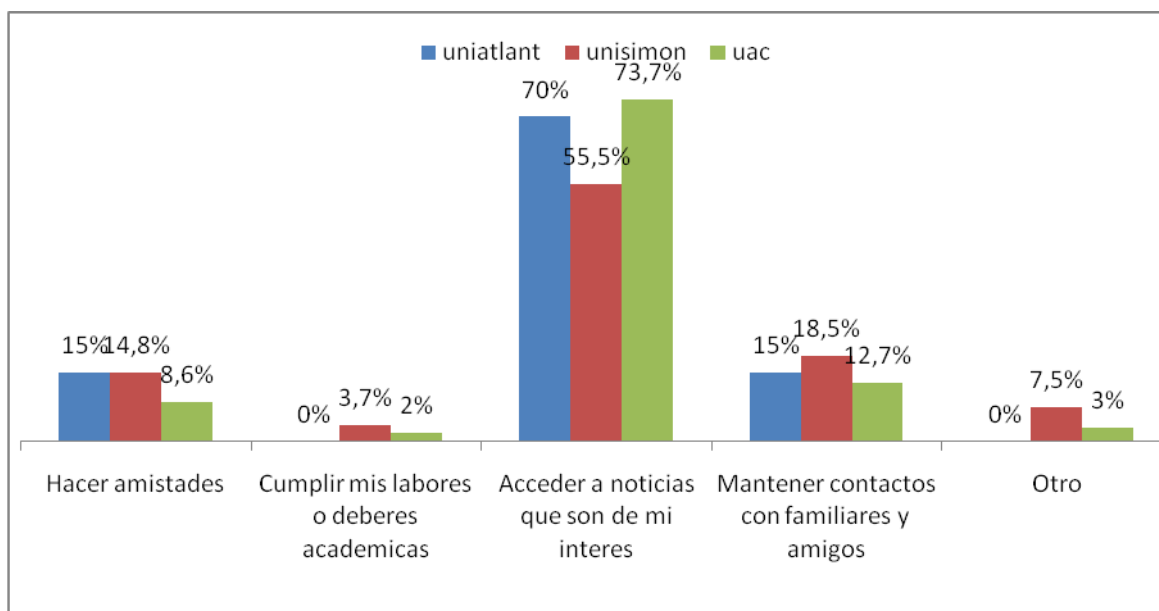
RESULTADOS COMPARATIVOS ENTRE UNIVERSIDADES

1. Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo para acceder a Facebook:



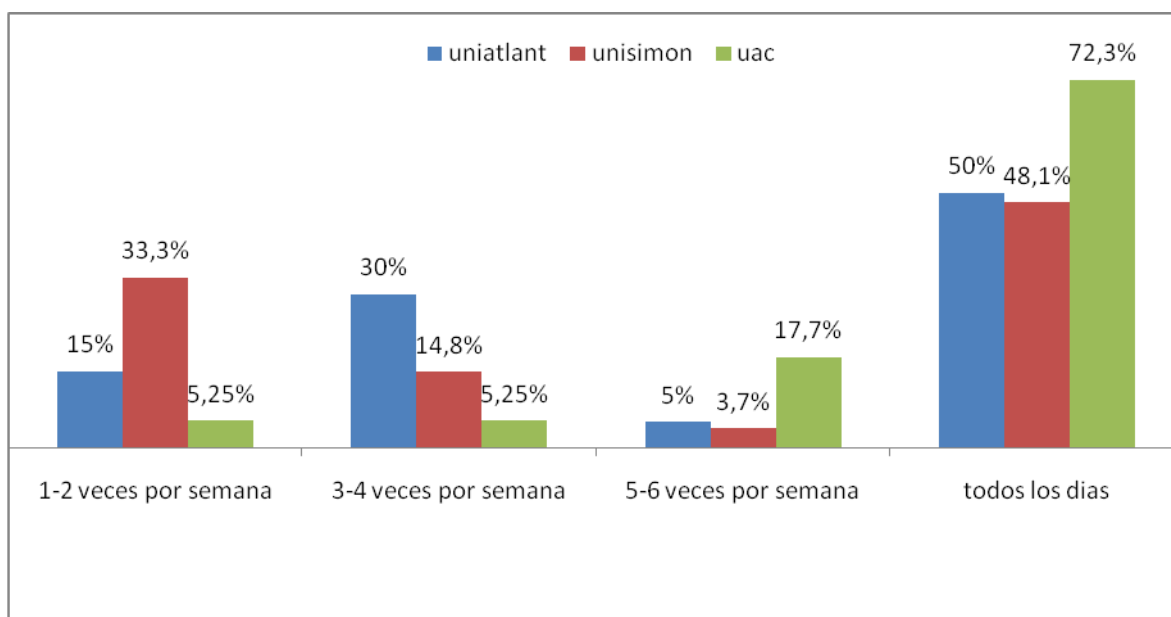
En las tres universidades se destaca el mantener contactos con familiares y amigos como uno de los principales motivos para acceder a Facebook, y el otro destacado es acceder a noticias de mi interés de las amistades.

2. Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo acceder a Twitter:



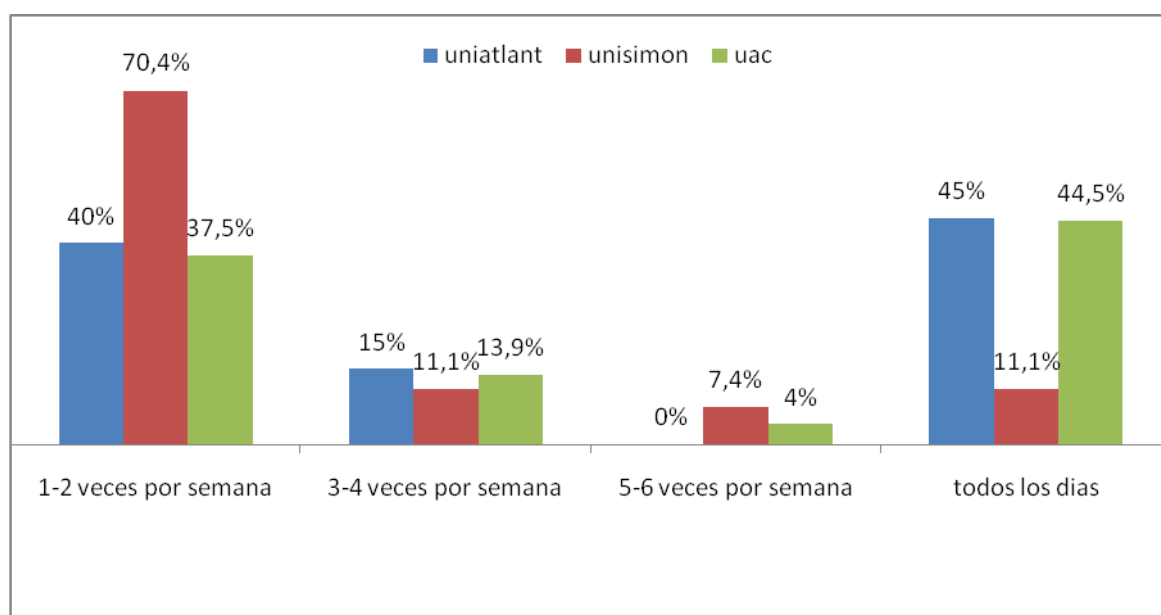
En esta pregunta hay una tendencia clara en las tres universidades de que el principal motivo de acceder a Twitter es conocer noticias de interés de las personas a las que siguen.

3. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Facebook?



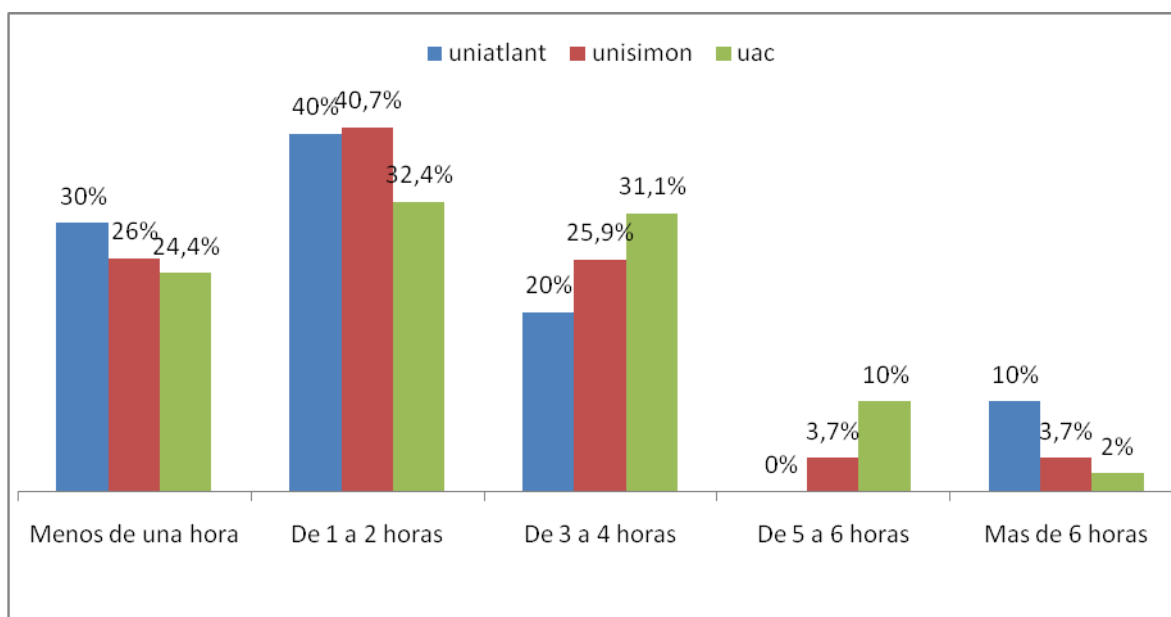
Aquí si bien se marca una tendencia clara del uso de Facebook en las tres universidades a diario, sin duda destaca que la Universidad Autónoma del Caribe sea la que más ingresos tiene a esta red social en relación con las otras dos instituciones.

4. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Twitter?



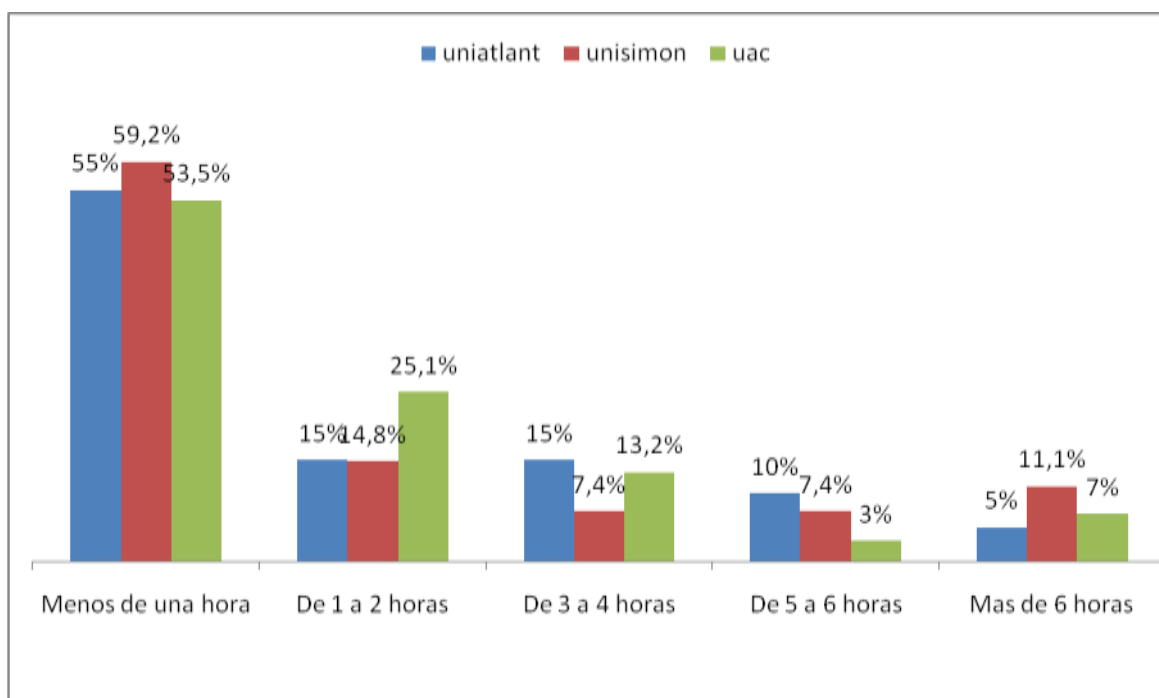
Aquí las tendencias destacan como Twitter se esta posicionando entre los estudiantes universitarios, llama la atención como en Universidad del atlántico y la universidad Autónoma las proporciones de ingresos diarios son casi iguales, a excepción de la Universidad simón Bolívar en donde definitivamente el Twitter no es la red social que los estudiantes utilizan a diario.

5. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas horas a la semana suele Ud. acceder a Facebook?



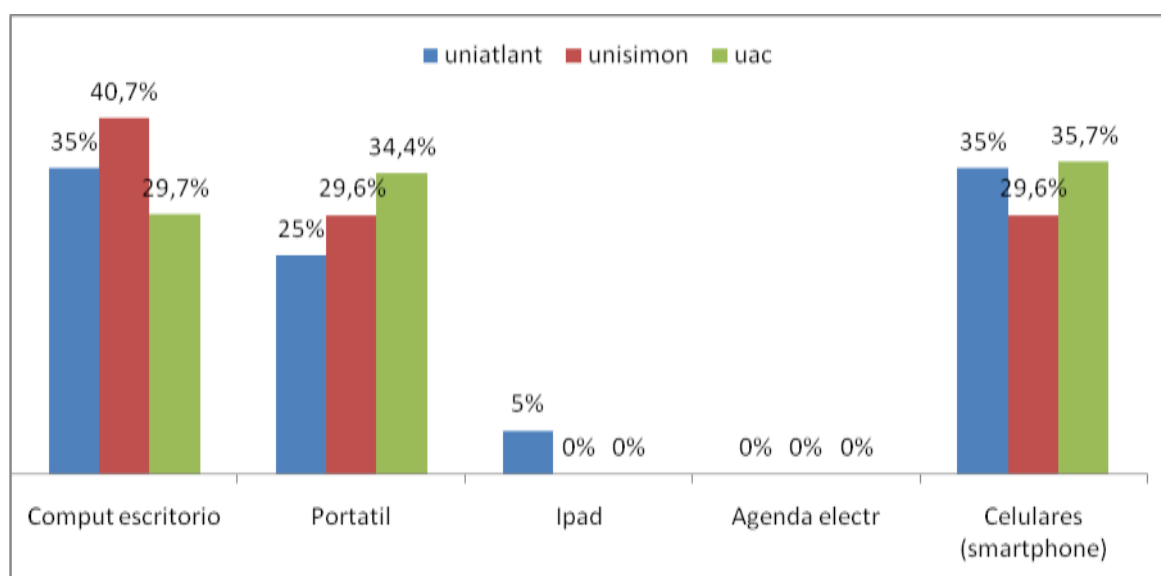
El promedio de acceso a Facebook mas destacado está entre 1 y 2 horas al día en una proporción similar en las tres universidades.

6. A continuación por favor señale ¿Cuántas horas al día Ud. estima que suele hacer uso de Twitter?



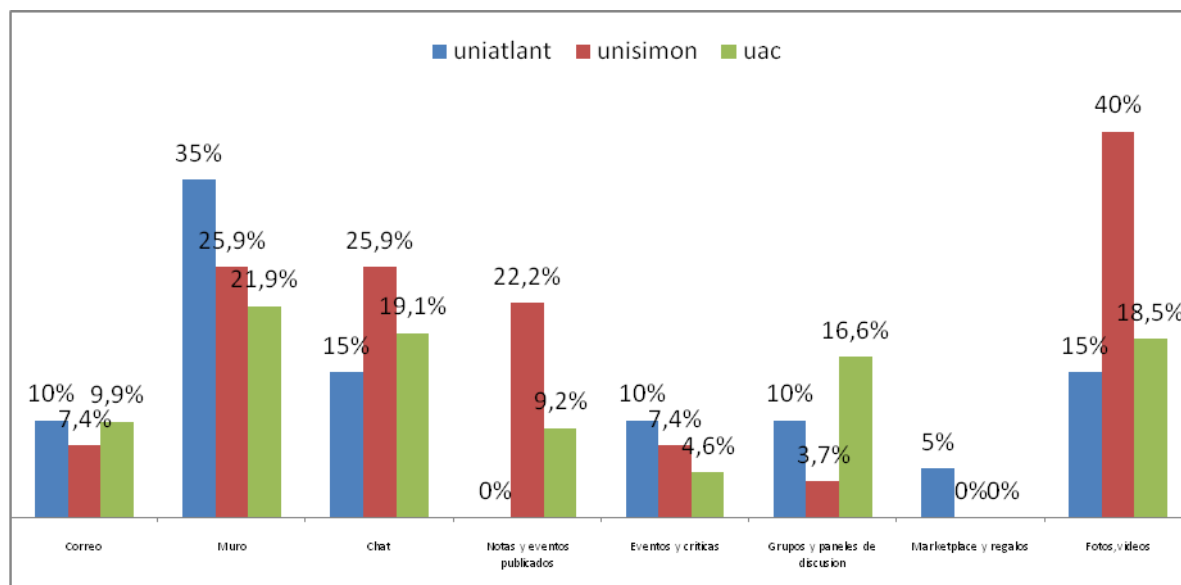
El promedio que destaca de cuantas horas al día usan el Twitter los estudiantes de las tres universidades es de menos de 60 minutos al día.

7. Señale por favor, ¿Cuál de los siguientes aparatos electrónicos posee y hace uso en la actualidad para conectarse con Facebook y Twitter, de forma regular?



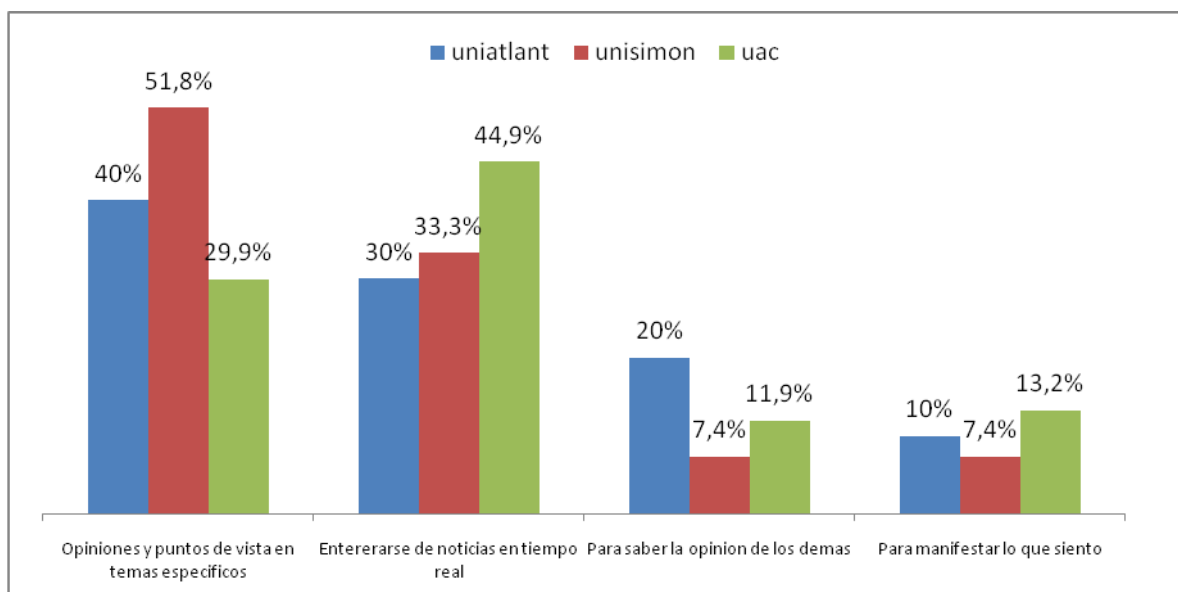
En este caso queda claro que el PC de mesa, los celulares smartphones y los portátiles son los más utilizados en las tres universidades.

8. Facebook le provee a usted una lista de aplicaciones, las cuales puede emplear al momento de crear su perfil Por favor señale de la siguiente lista de aplicaciones que verá a continuación cuáles son las que más utiliza usted.



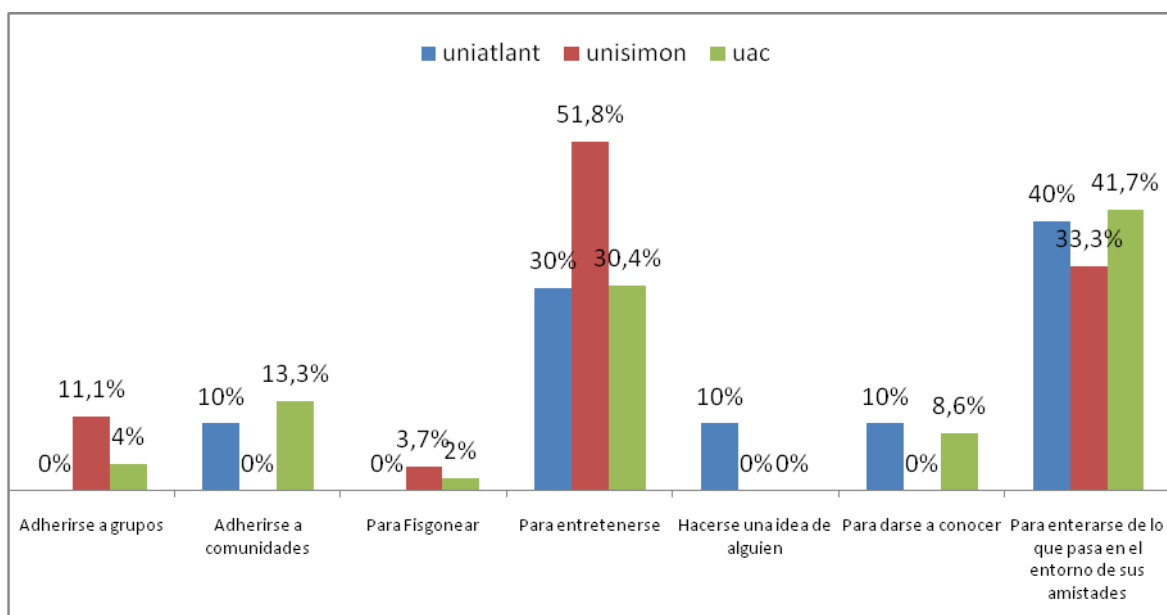
En este caso de el muro, el chat, las fotos, y las notas son las preferidas de las tres universidades destaca como el muro es el preferido en la universidad del Atlántico, el chat, las notas y las fotos es el preferido por la universidad Simón Bolívar.

9. Usted utiliza Twitter:



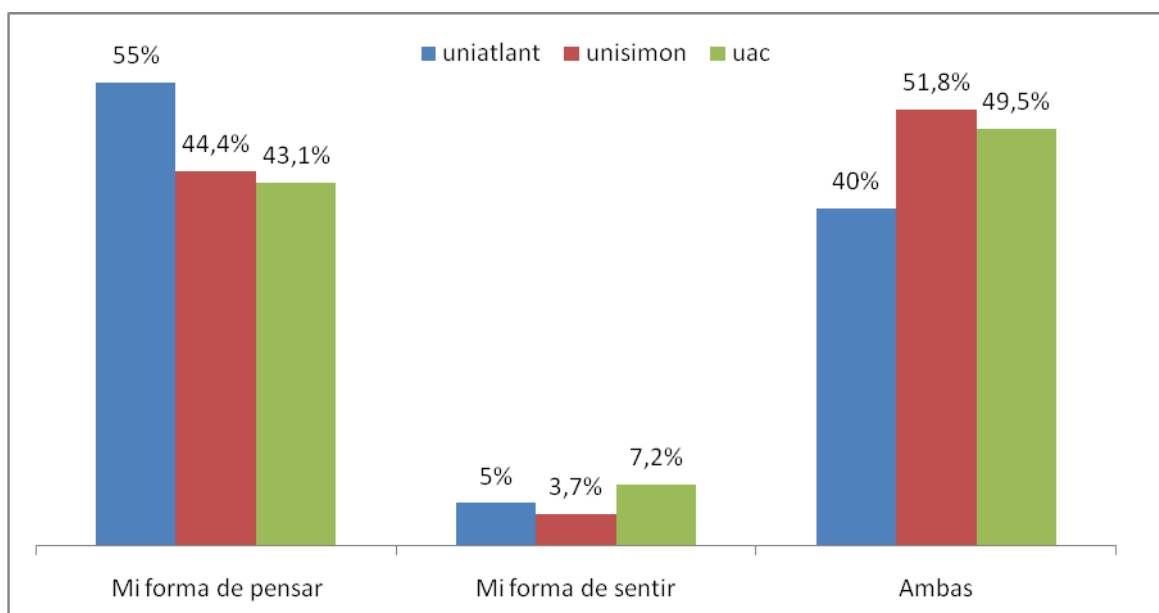
La tendencia en las tres universidades es que la utilización del Twitter se da porque les gusta seguir las opiniones o puntos de vistas de las personas, en este caso la universidad Simón Bolívar es la más destacada, y obtener noticias en tiempo real es el motivo más importante para utilizar Twitter por parte de la universidad Autónoma del Caribe.

10. Utiliza Facebook para:



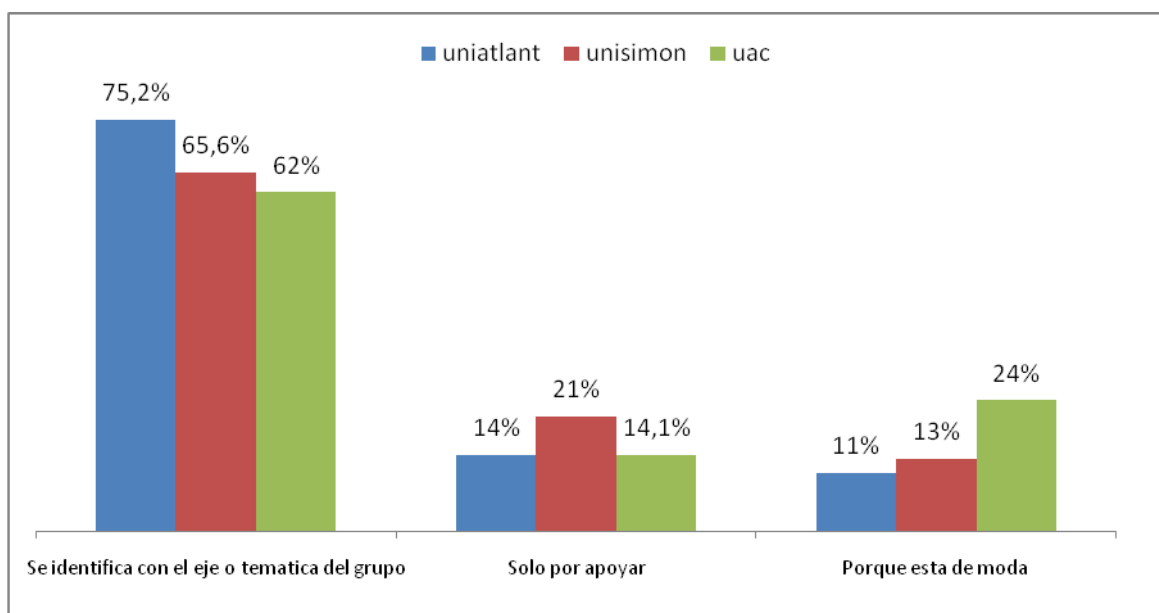
Los estudiantes de las tres universidades coinciden en utilizar Facebook para entretenerse y enterarse del entorno de sus amistades, pero destaca que la universidad que se entretiene con esta herramienta es la universidad Simón Bolívar, mientras que la Universidad Autónoma y la Universidad del Atlántico son las que más interesadas están en sus círculos de amistades.

11. Al unirme a un grupo en Facebook o seguir a alguien en Twitter lo hago más por:



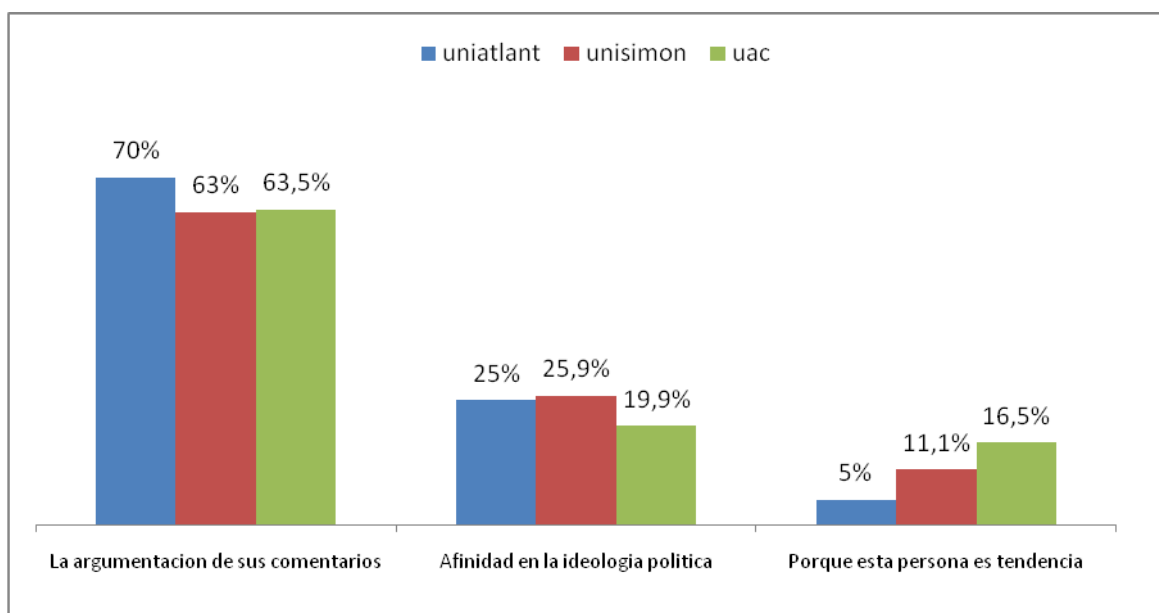
En las tres universidades prima la forma de pensar y ambas (pensar y sentir) como las razones para unirse a un grupo o seguir a alguien en esas redes sociales destacándose la Universidad del Atlántico en la forma de pensar y la Universidad Simón Bolívar en ambas (pensar y sentir).

12. Cuando apoyo un grupo en Facebook lo hago por:



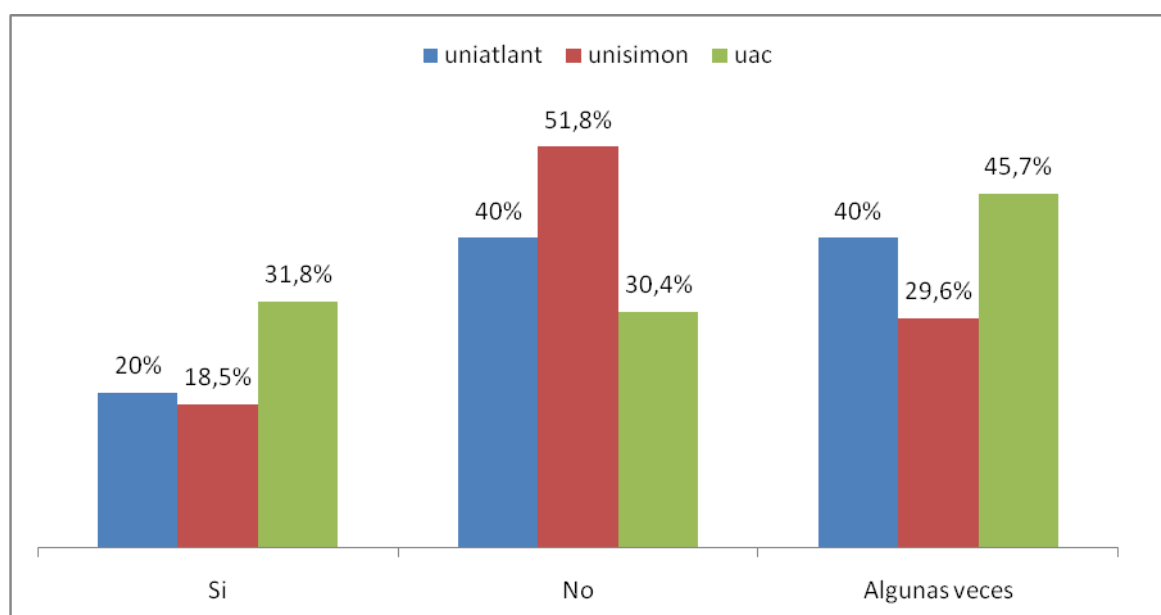
La tendencia es bastante clara en esta pregunta las tres Universidades apoyan un grupo en Facebook porque se identifican con el eje o temática del grupo, y la universidad que lidera este aspecto es la Universidad del Atlántico.

13. Cuando apoyo los comentarios o apreciaciones de alguien en Twitter lo hago por:



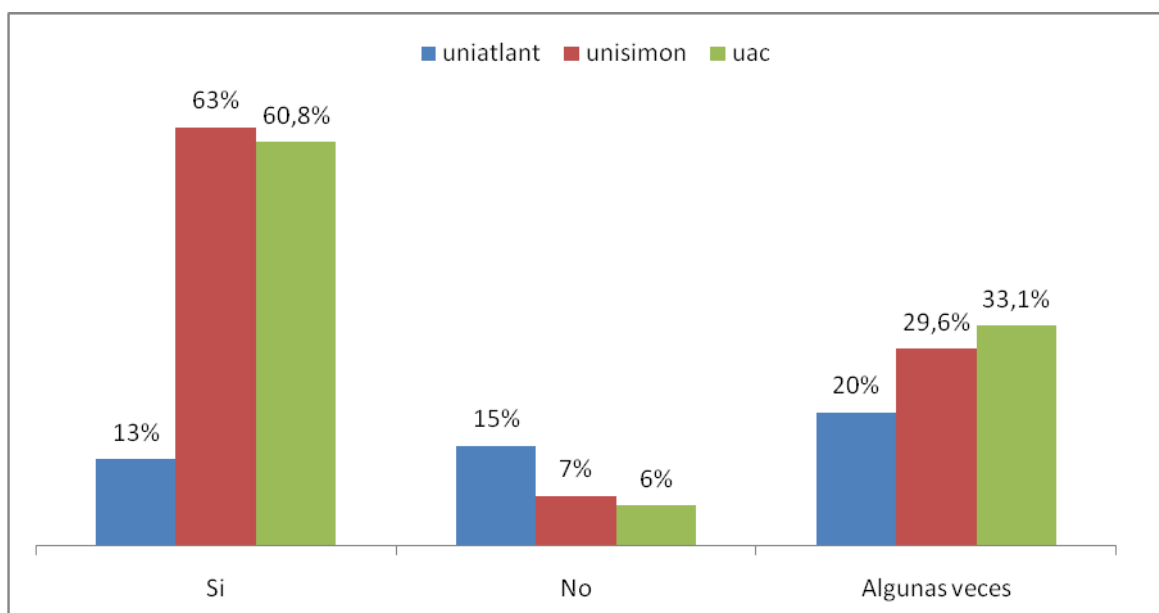
La argumentación de los comentarios es el ítem mas considerado en las tres universidades para seguir a alguien en Twitter y la Universidad que se destaca en esto es la universidad del Atlántico.

14. Al apoyar un movimiento social en internet lo hago para que me reconozcan por este medio como una persona comprometida con una problemática social.



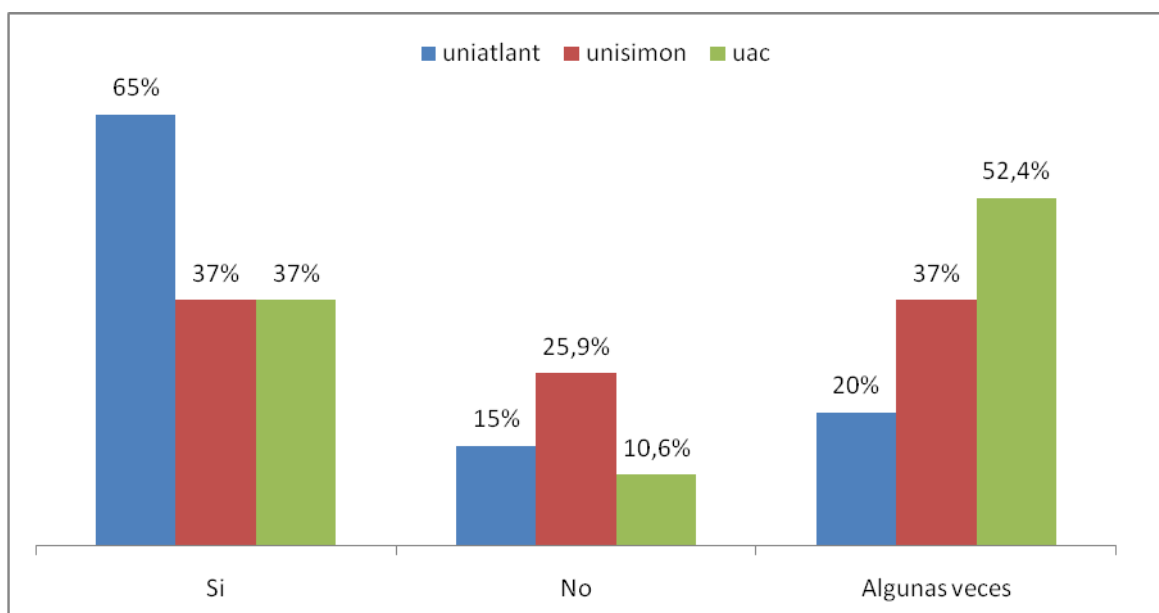
En esta pregunta los estudiantes reconocen que en algunas ocasiones siguen un movimiento social solo para ser reconocidos como personas que apoyan una causa, en este caso la universidad que lidera en esta aspecto es la Universidad Autónoma del Caribe, como también hay estudiantes de las tres universidades que afirman que no lo hacen para ser reconocidos como personas que apoyan causas, y aquí lidera la Universidad Simón Bolívar.

15. Evalúa de alguna manera lo que escribe o promueve a través de Facebook o Twitter:



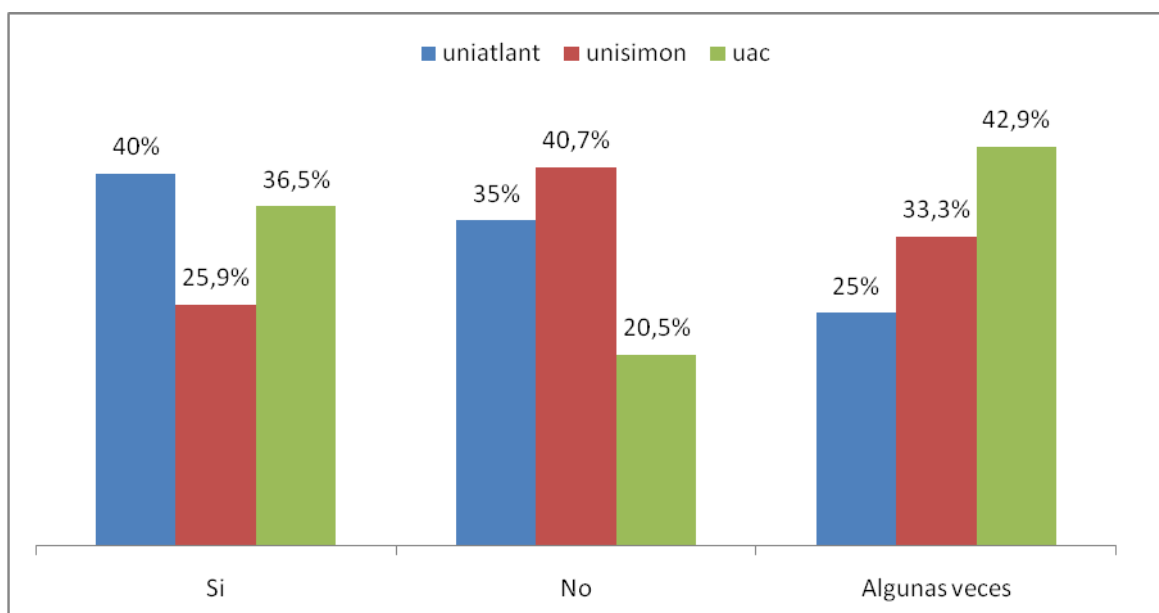
Los estudiantes de la universidad Autónoma del Caribe, y la universidad Simón Bolívar si evalúan lo escriben en el Twitter, sin embargo los estudiantes de la Universidad del Atlántico no consideran este aspecto como algo trascendente para ellos.

16. Usted es partidario de que se generen acciones colectivas a través de su apoyo a movimientos sociales en Facebook.



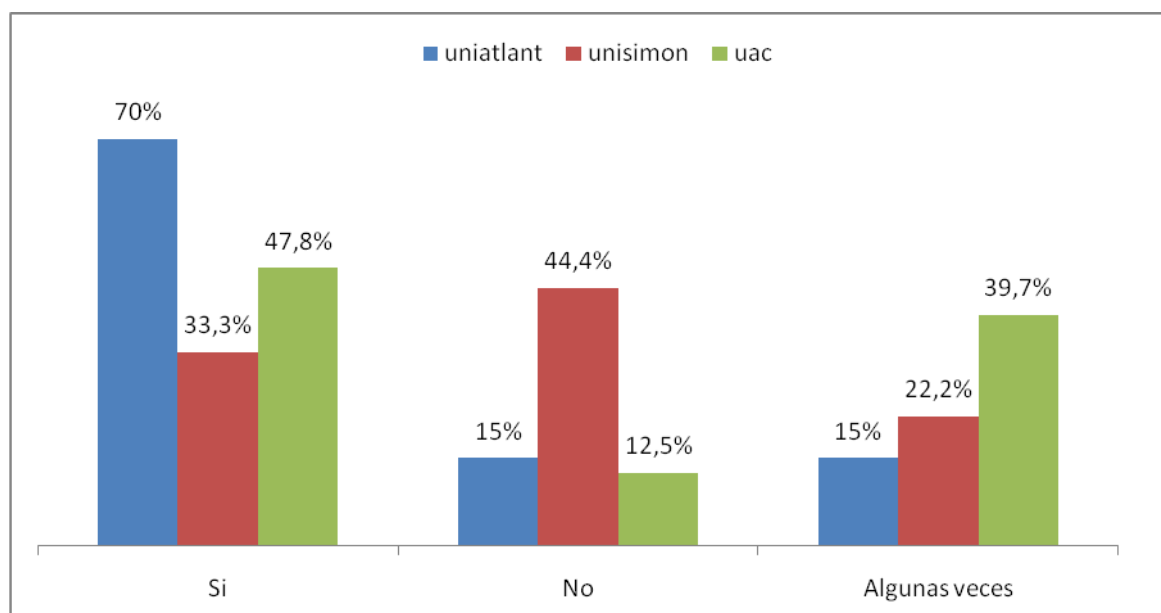
En términos generales los estudiantes de las tres Universidades comparten que se generen acciones colectivas a través de su apoyo a movimientos sociales en Facebook, pero cabe destacar que la Universidad del Atlántico es quien más apoya este tipo de acciones.

17. En las redes sociales como Facebook y Twitter La desobediencia civil es la mejor forma de expresar inconformismos sociales, políticos, ideológicos.



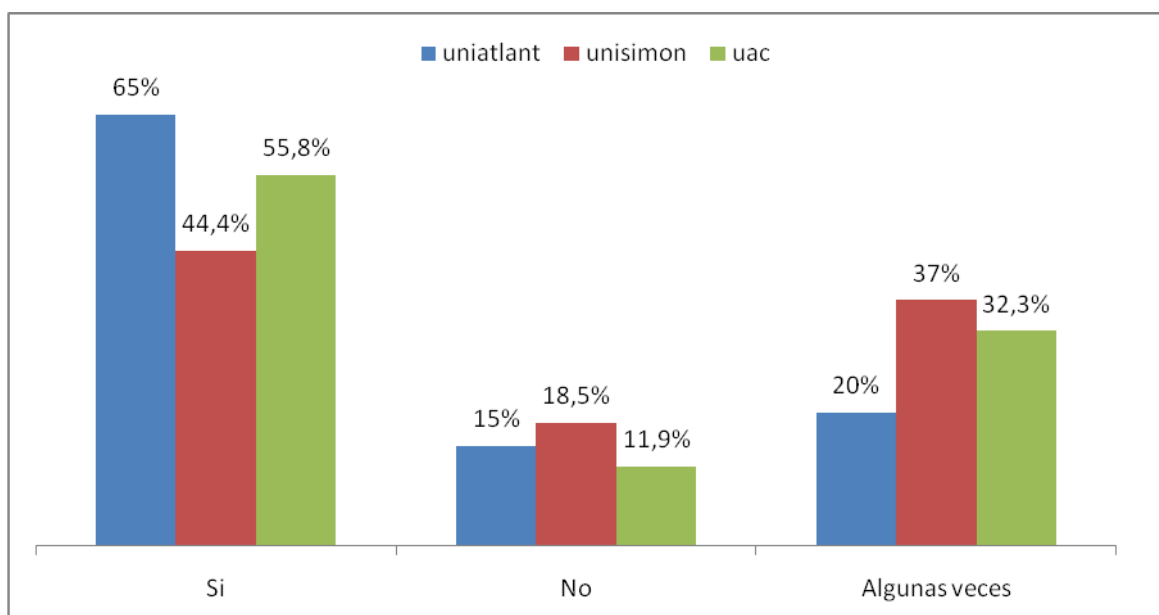
En este caso para la Universidad del Atlántico si es una opción la desobediencia civil para expresar inconformismos sociales, para la Universidad Simón Bolívar no es la solución y para la Universidad Autónoma del Caribe en algunas ocasiones esa puede ser la metodología correcta.

18. A través de Facebook y Twitter usted promovería una propuesta artística estética para expresar descontento en torno a determinado hecho.



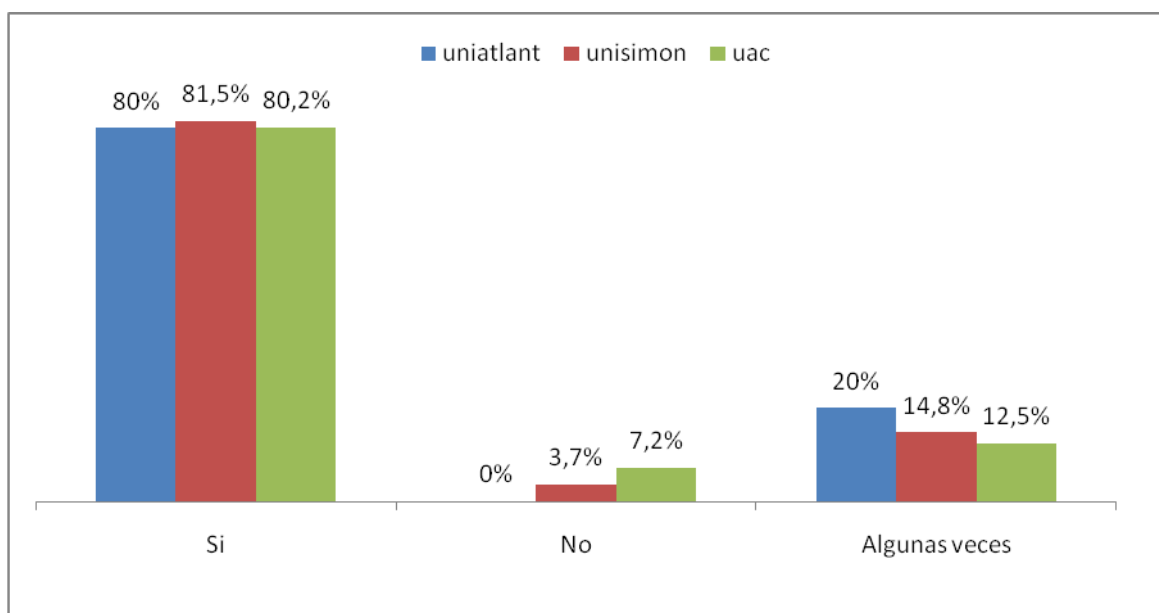
Para la Universidad del Atlántico si es una opción promover una propuesta artística para expresar descontento social, para la Universidad Simón Bolívar no es la solución y para la Universidad Autónoma del Caribe en algunas ocasiones esa puede ser una buena posibilidad.

19. Considera que el arte es la mejor manera de expresar inconformismos sociales, culturales y políticos.



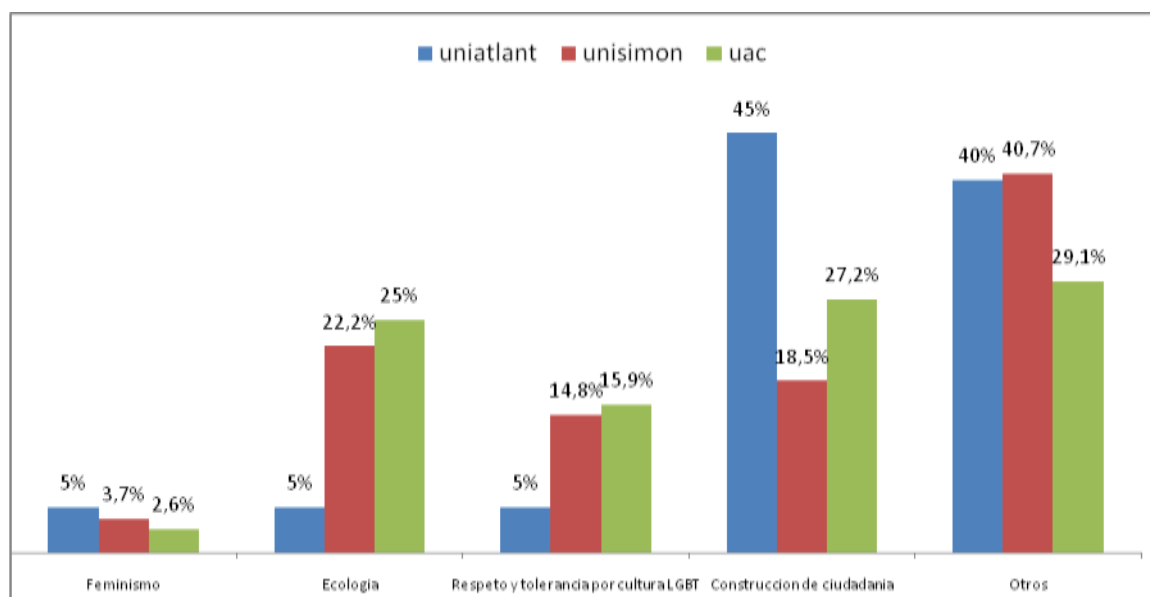
Las tres universidades consideran con resultados o promedios similares consideran que el arte es la mejor manera de expresar inconformismos sociales, culturales y políticos, la universidad del Atlántico lidera el promedio en este aspecto no muy alejado de los promedios de las otras universidades.

20. Está de acuerdo en que las protestas que se promuevan por Facebook o Twitter deben estar basadas en los principios de la no violencia.



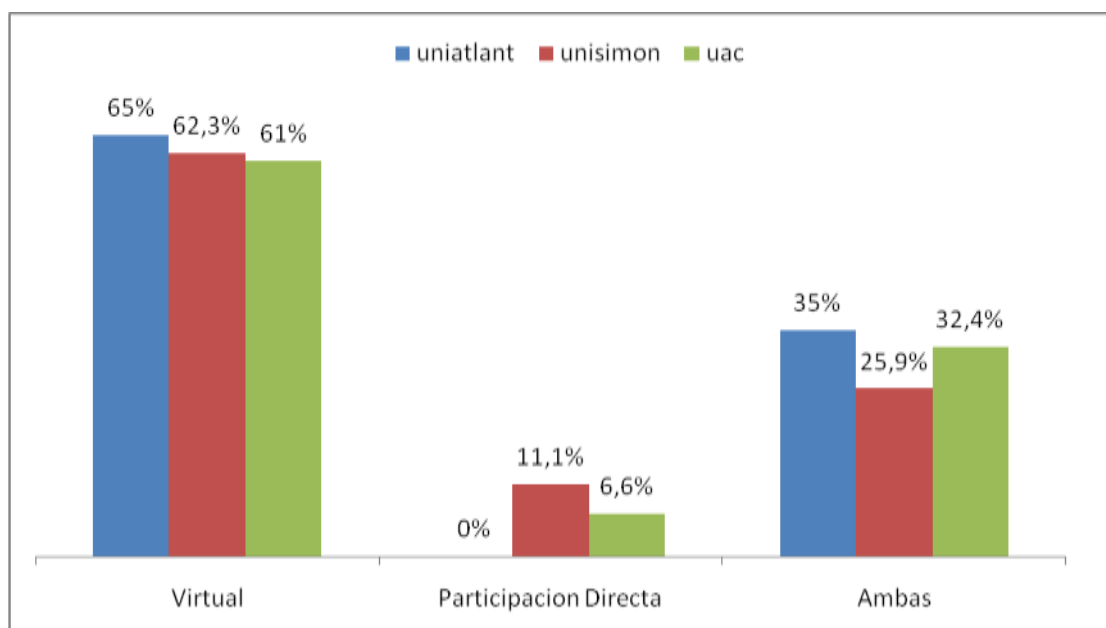
En las tres universidades se identifican en el principio de la no violencia en el momento de generar protestas.

21. Usted participa en Twitter y Facebook apoyando movimientos sociales que promueven:



Lo más destacado es los altos índices de construcción de ciudadanía con los estudiantes de la universidad del atlántico y el emergente apoyo a grupos ecológicos por parte de las tres universidades.

22. Su participación al apoyar determinado grupo, comunidad o movimiento social lo hace de manera.



El aspecto virtual es la respuesta más considerada en las tres universidades con resultados y promedios similares, luego le sigue la opción de ambas en las mismas tres instituciones con promedios también parecidos.

8. DISCUSION DE RESULTADOS

Por medio de esta investigación se pudo determinar que los estudios culturales están presentes y se visibilizan de manera clara en los resultados obtenidos y en la misma propuesta investigativa.

El hecho de hablar de hipermediaciones y sus manifestaciones a partir de hipertácticas de resistencia e hiperidentidades colectivas en el mundo de las redes sociales demuestra que existen relaciones de poder entre los actores sociales que influyen en la sociedad y abren posibilidades deliberativas en el ciudadano al expresar algún tipo de inconformismo por lo que se presenta en la sociedad. Aquí se puede apreciar como plantea Raymond Williams (1990) una activación de las prácticas culturales en el mundo del ciberespacio de una manera dinámica.

Se puede apreciar en el trabajo la visibilidad del concepto emergente del prosumidor reflejado en el joven universitario que es capaz de expresar con claridad algún tipo de anomalía social en la red y adherirse apoyando determinado tipo de causa.

Desde el punto de vista de los hábitos de consumo desde la perspectiva de Bordieu, (1998) los estudiantes universitarios generan prácticas culturales distintas dependiendo del tipo de universidad a la que pertenecen.

De manera constante en las redes sociales se están generando símbolos, ideas y valores. Por ejemplo el valor de la fraternidad está presente en sus imaginarios. Muchos de ellos se preocupan por apoyar grupos que han sido de una u otra forma marginados y explotados por el sistema.

De igual forma las ideas que expresan los jóvenes en el mundo del ciberespacio están cargadas de simbologías a través de las cuales se expresan conflictos sociales y diversas problemáticas. Por ejemplo, utilizan videos, emoticones variaciones y desviaciones de la norma en frases para expresar sus inconformismos.

En cuanto a los usos sociales los jóvenes utilizan toda la tecnología que tienen a su alcance para transmitir sus mensajes. Es importante señalar como lo expresa Lull

(2003, pág. 65) que las acciones específicas realizadas por ellos involucran a los medio de comunicación. Por ejemplo, es tal la fuerza interpretativa de sus inconformismos representados en sus ideas que en muchas oportunidades los medios de comunicación hacen eco de su accionar.

En relación con las hipermediaciones reflejadas a través de las hipertácticas de resistencias y las hiperidentidades colectivas se pudo comprobar que existe un proceso de intercambio, producción y consumo simbólico como lo plantea Scolari.

Los jóvenes universitarios para expresar su visibilidad se conectan entre sí, quieren ser visibles ante una sociedad que los ignora. Las redes sociales les ofrecen esa oportunidad para expresar a través de sus simbologías sus visiones del mundo.

En cuanto a las hipertácticas de resistencia se pudo apreciar que efectivamente los jóvenes universitarios encuentran en las redes sociales una oportunidad para expresar sus ideales, sus estados de ánimo, sus quejas, sus inconformismos utilizando mecanismos como la desobediencia civil, el arte como resistencia y la no violencia. Esto sin duda, es una forma de expresar a través de simbologías, signos e iconos un discurso pacifista dentro de unas estructuras profundas pero contundentes dentro de una estructura superficial.

Tal apreciación ocasiona que muchos de los mensajes que se presentan en la red solo influyan de manera momentánea en la opinión pública para luego ir perdiendo fuerza semántica de manera progresiva. Son mensajes que difícilmente pasan del concepto a la acción, generalmente terminan desgastándose.

A nivel de participación si existe una participación por parte de los jóvenes universitarios pero dentro de un predominio de lo virtual lo que demuestra que el sentido de compromiso y la pertinencia real que se crea entre los estudiantes universitarios en las redes sociales es mínima cuando se trata de convocar una marcha o una reunión sobre determinado tipo causa.

Lo anterior explica porque no todo lo que se convoca en estas redes sociales tiene éxito en contextos reales objetivos, es una especie de enmascaramiento frente miedos y riesgos propios de las sociedades de hoy.

CONCLUSIONES

Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

Hábitos de consumo en estudiantes universitarios en Facebook y Twitter

En primer lugar desde el punto de vista de los hábitos de consumo se pudo apreciar que los jóvenes usan Facebook para mantener contacto con sus amigos y familiares lo que demuestra un vínculo relacional de cohesión virtual con personas que forman parte de su entorno más cercano.

Facebook se convierte entonces en una ventana de aconteceres cotidianos en donde la inserción visual del sujeto espectador le permite reconocer espacios en donde se mueven diferentes actores que le proporcionan pistas para imaginarse sus modos de hacer, sentir y pensar.

Así que en el vínculo familiar y las relaciones de amistad tienden a fortalecerse en internet desde el punto de vista intersubjetivo. Las personas comienzan a realizar conexiones intersubjetivas dentro de un contexto virtual que le permite reconocer que piensa el otro.

Otro punto no menos importante en cuanto a hábitos se refiere, tiene que ver con la manera cómo los jóvenes usan la red social para poder estar informados sobre lo que sucede, especialmente noticias que son de su interés. Estar preocupados por las noticias les permite estar actualizados sobre determinados hechos de relevancia internacional, nacional y regional que se tocan y se comentan ampliamente en las redes sociales. Lo anterior hace que se conviertan en sujetos participativos altamente potenciales ante cualquier eventualidad que los incite a participar y apoyar determinado tipo de causa.

Se puede señalar también que el grado de participación de los jóvenes en Facebook es bastante alto, más del cincuenta por ciento, lo mismo en Twitter que alcanza casi la misma cifra.

Usos sociales de estudiantes universitarios en Facebook y Twitter

De otro lado, los aparatos electrónicos que más se utilizan para conectarse a estas redes son los computadores de escritorio en alto grado, lo mismo que los celulares Smartphones. También, se utilizan muchos los portátiles para acceder a tales servicios.

Indiscutiblemente el uso de estos últimos se ha visto incrementado ya que en las universidades y centro comerciales disponen de áreas WiFi que permiten la conexión con este tipo de redes sociales.

Ahora bien, en el ámbito de las aplicaciones en Facebook, la más utilizada es el muro. No cabe duda de que el uso de esta aplicación se convierte en un espacio de catarsis, una especie de válvula de escape para comentar, ideas, inconformismos y observaciones. Es una manera libre de expresar la forma de pensar bajo ciertos márgenes de respeto y tolerancia.

También el Chat es una aplicación importante para intercambiar ideas en el contexto de la instantaneidad. Permite al participante comunicarse con el otro sin ningún tipo de restricción en espacio y tiempo, se constituye en la oportunidad para compartir opiniones e informarles a varias personas de manera simultánea algo que está sucediendo.

Las fotografías como aplicación se convierten en una manera fehaciente y probatoria de darse cuenta de lo que pasa en determinado contexto social, político, cultural y familiar. La lectura pre semiótica que se hace de la imagen muestra múltiples indicios los cuales permiten leer las situaciones que se presentan desde los más variados puntos de vista.

En el caso de Twitter las personas que participan dan opiniones y puntos de vista sobre temas específicos con el objetivo de enterarse de noticias en tiempo real y conocer las opiniones de los demás.

Retornando a Facebook más del cincuenta por ciento de lo que lo utilizan expresan que lo hacen es para entretenerse. Pero dentro de ese proceso de entretenimiento,

existen alertas en el sistema representadas en comentarios, fotografías, muros, que hacen que el individuo desvíe su atención momentánea para enterarse y tomar posturas frente a lo que lee.

Participación de estudiantes universitarios en movimientos sociales a través de Facebook y Twitter

Dentro de los procesos de participación los estudiantes universitarios se unen a un grupo más por lo que piensa que por lo que sienten, se tiende a mirar las repercusiones que afectan a las personas. De ahí que el entretenimiento se convierte en una canalización la cual genera posibilidades de participación tanto física como virtual en los cibernautas.

En el caso de Twitter, la participación va más ligada a las estructuras argumentativas que se presentan en los comentarios realizados por twiteros. Es decir que uno de los motivos por los que se sigue a una persona tiene que ver con los comentarios que genera así sea un persona del común o un artista de reconocida trayectoria.

Hay otros factores que inciden en el seguimiento del personaje como lo es el caso de su ideología política o porque dicha persona está marcando cierta tendencia participativa bien sea por moda o por furor en el contexto en el que se mueve.

De otra forma, en el sentido del apoyo a un movimiento social, las personas lo hacen en su mayoría por obtener un reconocimiento por parte de individuos que forman su grupo de amigos. Es una especie de legitimación del apoyo por los grupos y las personas de su entorno.

Algunos consideran que no les interesa visibilizarse por el contrario, se trata de apoyar para que por lo menos se adquiriera un tanto de conciencia social y se generen reacciones en torno a determinada problemática.

Hiperidentidad colectiva e hipertácticas de resistencia en estudiantes universitarios en Facebook y Twitter

Uno de los aspectos en relación con la hiperidentidad colectiva es que los jóvenes consideran que los contenidos colocados en Facebook o Twitter deben ser evaluados. Dichos procesos de evaluación deben estar enmarcados dentro de una claridad conceptual mínima que se fundamenta en ideologías claras que no atenten en ningún momento contra la ciudadanía y sobre todo no generen confusiones en las mismas.

En Facebook cuando se utilizan argumentos para que reaccione la opinión pública, dichos argumentos están encaminados a generar acciones colectivas para despertar a la ciudadanía del adormecimiento al que los tienen acostumbrados los políticos de turno y los medios de comunicación social.

Facebook, se convierte en un canal alternativo en donde se comentan de manera a veces irónica y sarcástica situaciones de diversos tipos a nivel nacional que en últimas se convierten en caldo de cultivo para generar fuertes presiones que inciden de manera notoria en la ciudadanía.

De otro lado, la desobediencia civil como propuesta por parte de los que escriben en Facebook y Twitter para demostrar inconformismos, sociales, ideológicos y políticos no es del todo aceptada por parte de los encuestados, algunos expresaron que si bien es una forma elegante, argumentativa y de altura para enfrentarse al sistema no siempre trae los resultados esperados.

Desde luego, un aspecto que llama la atención es el que tiene que ver con la manera como Facebook y Twitter promoverían una propuesta artística estética para expresar descontento en torno a determinado hecho.

Un alto porcentaje considera como viable dicha opción porque permite comprender determinada situación más allá del sentido de lo racional, en donde la sensibilidad y la estética se conjugan para presentar de manera artística una problemática que necesita ser pensada desde una perspectiva distinta a la tradicional.

Es más bien una posibilidad de acercamiento con el problema para crear mundos posibles que permitan visualizar paradigmas distintos que ayuden a entender y sobre todo a comprender situaciones conflictivas en las que se ven inmersos los seres humanos.

Otro aspecto que vale la pena destacar es que las protestas que se promuevan por Facebook o Twitter, deben estar basadas en los principios de la no violencia. Así lo expresa la mayoría. Aquí se puede notar por parte de los jóvenes universitarios, una búsqueda casi inconsciente de propuestas distintas a través de las redes sociales que busquen promover entornos mediáticos deliberativos que conlleven y motiven a una dialogo entre los actores inmiscuidos.

Un aspecto que se pudo notar es que la mayoría apoya grupos y comunidades que buscan a través de diversos tipos de propuestas construir ciudadanía. Lo mismo que apoyar grupos que busquen visibilización al interior de la sociedad como los grupos LGTB y los grupos feministas.

Otro aspecto interesante tiene que ver con la manera cómo los jóvenes universitarios apoyan a los grupos y comunidades. Hay un predominio de apoyo virtual mientras que otros prefieren una participación directa.

Lo anterior explica que toca fortalecer desde el punto de vista cívico y comunicacional propuestas políticas de participación que motiven a los jóvenes a dejar la virtualidad para participar de manera real como actores en la solución de algún tipo de problemas que afecte a la comunidad.

Análisis comparativo entre universidades

Al hacer el análisis comparativo entre los estudiantes de las tres universidades encuestadas se llegaron las siguientes conclusiones.

Hábitos de consumo en estudiantes universitarios en Facebook y Twitter

En relación con las universidades en cuanto a hábitos desde el punto de vista comparativo se puede expresar que existe un alto interés por parte de los estudiantes de las universidades a mantener contactos con amigos y familiares lo que corrobora un hábito sólido por parte de éstos en el mundo de las redes sociales como Facebook y Twitter.

Se puede apreciar que existe una tendencia de aumento en cuanto a la consolidación de hábitos por parte de los estudiantes universitarios en relación con los contactos de amigos y familiares, además de establecer un vínculo con los sistemas informativos y noticiosos.

Sin embargo, un aspecto que sería importante tener en cuenta es hasta qué punto esa relación con el mundo informacional es verosímil debido a que pueden estar relacionadas con estructurasseudoinformacionales o sub informacionales, es decir información falsa e información incompleta.

Usos sociales de estudiantes universitarios en Facebook y Twitter

Se puede apreciar también en cuanto al uso de aparatos para acceder a estas redes el incremento de los portátiles en las universidades señaladas. Es una muestra de que existe un poder adquisitivo medio que permite la compra de estos aparatos, a excepción del Ipad que no todo los universitarios tienen acceso a este dispositivo.

En cuanto a los recursos utilizados por parte de estudiantes se pudo observar que los de la universidad del Atlántico utilizan más el muro que el resto de universidades seleccionadas. Sin duda, alguna se puede expresar que existe una tendencia potencial a escribir mensajes que reflejen inconformismos en el ámbito social y tal vez encuentren en el muro una forma de expresar sus ideas en el contexto del ciberespacio semejando un muro real.

En cuanto al uso de fotografías y videos la universidad Simón Bolívar tiene mayor participación en esta herramienta .Tal vez el hecho de que en esta universidad

más del 60% son jóvenes de provincia se podría señalar que una manera de mantener el vínculo afectivo con su región se da por el uso de este recurso. La universidad del Atlántico también se observa esta tendencia en menor proporción.

Por otro lado, en el caso de Twitter en cuanto a usos sociales se notó, en las tres universidades el interés de participación de los jóvenes al momento de usar esta herramienta para dar opiniones y punto de vista, sin embargo habría que analizar hasta que punto existe una argumentación sólida por parte de los mismos al expresar sus opiniones.

Hiperidentidad colectiva e hipertáticas de resistencia en estudiantes universitarios en Facebook y Twitter

Ahora bien se marca una tendencia alta por parte de estudiantes de la universidad Autónoma del Caribe en torno al hecho de enterarse de noticias en tiempo real. Esto se explica porque es una de las universidades que con su centro de medios establece una profunda interacción con sus estudiantes y crea una especie de identidad organizacional con ellos. Esto propicia una especie de vínculo con la institución educativa.

En el caso de los usos sociales de Facebook un caso interesante es que los estudiantes de la universidad del Atlántico en ningún momento lo utilizan para fisgonear a pesar de que lo ven como una entretenimiento, en comparación con el resto de universidades que se identifican casi de manera total con la entretenimiento. Se podría explicar que se marca una tendencia a mantener cierta distancia en relación con este tipo de red en donde no simplemente se mira desde la sola óptica del entretenimiento.

Por otra parte, en relación con la manera cómo se construye hiperidentidad colectiva tanto en Facebook como en Twitter se aprecia una tendencia alta a manejar contenidos racionales en la red por parte de los jóvenes de la universidad del Atlántico en comparación con las otras universidades en donde hay cierto predominio de lo emocional en el manejo de los contenidos con los que se enfrentan en la red. Se nota una claridad en la influencia de la universidad pública en el sentido de ciertas actitudes contestatarias en torno a las problemáticas sociales.

También los estudiantes a través de sus opiniones buscan crear colectividades que fortalecen de una u otras forma su identidad política, su identidad social. Otro de los aspectos que hay que tener en cuenta es el sentido de pertenencia con el apoyo a determinados discursos. Por ejemplo, los estudiantes de la Universidad del Atlántico y de la Autónoma se identifican más con determinados tipos de argumentaciones que los conecten con su forma de pensar y visualizar el mundo desde su localidad.

Participación de estudiantes universitarios en movimientos sociales a través de Facebook y Twitter

Ahora cuando se participa y se apoya un movimiento social, los estudiantes buscan cierto grado de visibilidad, en todas las universidades encuestadas, es una especie de semiprotagonismo social infundado por el mundo mediático en el que viven diariamente. Se determina que el contexto de la imagen ha influido tanto en los estudiantes que pese a que en algunos existe preocupación por las problemáticas sociales todavía predomina el protagonismo en el sujeto. Sin embargo, se presenta una participación visible, local y global la cual genera identidad a través del reconocimiento del otro.

De otra forma en cuanto a la evaluación de la acción en torno a lo que se escribe en ambas redes sociales, no son muy propensos a realizarla, a veces cuando se vinculan o apoyan un movimiento o un grupo realizan apreciaciones a la ligera sin fundamentación argumentativa lo que podría crear cierto rechazo en la web que en vez de unirse generaría alejamiento por parte de posibles seguidores.

En cuanto a la promoción de acciones colectivas, los estudiantes de la universidad del Atlántico sobresalen. Se aprecia de manera inmediata el sentido crítico por el cual se caracteriza la universidad pública en contraposición con las privadas cuyos estudiantes tienden a evadir disimuladamente las acciones colectivas evitando algún tipo de inconvenientes que se pueda presentar.

En relación con las hipertácticas de resistencia, los estudiantes de las tres universidades las utilizan para expresar sus inconformismos, sociales, políticos e

ideológicos y también desobediencia civil. Los estudiantes de la universidad del Atlántico son los que más sobresalen en relación con estas tácticas.

En ambas redes sociales, la tendencia a utilizar propuesta artísticas para expresar dichos inconformismos se manifiesta de manera notoria en la universidad pública mientras que en las otras universidades se manifiesta a menor escala. Los estudiantes son partidarios del uso de la no violencia para expresar su manera de pensar, sin embargo, para los de la universidad pública, las vías de hecho deben utilizarse cuando se irrespete de manera represiva el derecho a expresar su forma de pensar.

Se puede apreciar también una notoria tendencia a través de la participación a construir ciudadanía a través del apoyo argumental y deliberativo en algunos casos sobre los acontecimientos sociales, políticos e ideológicos que se dan en el ámbito local y nacional.

Finalmente, en cuanto a participación social los estudiantes prefieren participar en su mayoría en las tres universidades de manera virtual. Es una especie de compromiso momentáneo que corre el riesgo de difuminarse por la manera cómo se participa.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se pueden hacer en relación con la justificación planteada es que las universidades desde los programas de Comunicación Social se realicen estudios sobre la manera como participan los estudiantes en el mundo de las redes sociales y de qué manera promueven acciones colectivas. Para eso, se requiere que las facultades tengan un componente investigativo y que se preocupen por trazar líneas de investigación concretas en relación con estos temas.

El tema de las hipermediaciones requiere ser difundido en el ámbito académico, sería importante la realización de seminarios a los docentes para que se incentiven por este tema que está a la orden del día en el mundo del ciberespacio lo cual les va a permitir reconocer cómo se dan los procesos sociales de comunicación en los jóvenes universitarios.

Es fundamental que se conozcan y se estudien los nuevos discursos narrativos por parte de los estudiantes universitarios en el momento de expresar sus inconformismos a través de las redes sociales. Este tipo de iniciativas debería surgir al interior de las aulas de clases.

Se recomienda que los observatorios de comunicación se interesen por hacer seguimientos al emisor representado como prosumidor más específicamente los jóvenes universitarios. Hacer este tipo de experimentaciones contribuiría a crear bases conceptuales para el desarrollo de futuras teorías.

Se deberían realizar foros virtuales y video conferencias en donde se debata la manera cómo participan socialmente los jóvenes universitarios en las redes sociales. Este tipo de actividades serían altamente constructivas con el apoyo de profesionales de la Comunicación, Sociología y Psicología para así enriquecer el contexto cibercultural en el que se mueven los jóvenes de hoy.

BIBLIOGRAFIA

- ACEVEDO, Riquelme, Dacil 1998 "Juventud y sociedad civil. Una oportunidad de cara al siglo XXI", en AAVV,

- ALGUACIL, Julio. Nuevos movimientos sociales, experiencia y desafíos. 2007

- ARÉVALO, Oscar 1996 "Juventud y modernización tecnológica", en Pasos (San José de Costa Rica: Departamento Ecuménico de Investigaciones [DEI]), número especial.

- BAUMAN, Z (2002): Modernidad Liquida. México, fondo de Cultura Económica

- BARBERO Jesús Martín 1994 "Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de la comunicación", en Sociedad (Buenos Aires), n° 5.

- BOCOCK, Robert (1993). El Consumo. Ediciones Talasa, 1era Edición, Madrid, España.

- BOURDIEU, Pierre (1990). Sociología y cultura. Ediciones Grijalbo, 1era. Edición, México, D.F.

- BOURDIEU, Pierre (1996). Cosas dichas. Editorial Gedisa, 1era reimpresión, Barcelona, España.

- CHAN, Andy. Violencia y no violencia en el pensamiento anarquista, Londres, 2004

- CALDERON, Fernando, Movimientos sociales y Política: la década de los ochenta en Latinoamérica. México, Siglo XXI

- CASTELLS, Manuel. La Era de la Información. Economía Sociedad y Cultura. Vol.1 *La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial, 1997.

- CHIHU, Aquiles, LÓPEZ, Alejandro LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD COLECTIVA EN ALBERTO MELUCCI *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, primer semestre, año/vol. 3, número 001 Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa Distrito Federal, México pp. 125-159, 2007

- DABAS, E. Najmanovich (1995). *Redes. El Lenguaje de los vínculos. Hacia el fortalecimiento de la Sociedad Civil*. Buenos Aires

-DEL VALLE .Nicolás. Entre poder y resistencia: Foucault. Revista enfoque 2012.pag 147-168.

- ETKIN, J. SCHVAYSTEN, L. *Identidad de las organizaciones*. Buenos Aires, Paidós 1989.

-ELLISON, Nicole; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff. “The benefits of Facebook ‘friends’: social capital and college student use of online social network sites”. *Journal of computer-mediated communication*, 2007, v. 12, n. 4.

- ESPAÑA, Centro de Investigaciones Sociológicas, 2001. HIMANEN, Pekka. *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. España, Ediciones Destino, 2002.

- FOUCAULT, Michael, *La arqueología del saber* .Editorial Siglo XXI. 2009

-HONNETH, A. (1997), *La lucha por el reconocimiento: por una gramática social de los conflictos sociales*, Barcelona, Katz.

- IBARRA, Pedro Y GRAU, Elena; “Anuario de Movimientos Sociales. Una mirada sobre la red”; Barcelona, Icaria Editorial y GetikoFunazioa, 2000.

-IBARRA, Pedro Y GRAU, Elena; “Nuevos escenarios, nuevos retos en la red”; Barcelona, Icaria Editorial, 2002.

-KLAUS Eder, (1998), “La institucionalización de la acción colectiva. ¿Hacia una nueva problemática teórica en el análisis de los movimientos sociales?”, in Pedro Ibarra; Benjamín Tejerina (orgs.), *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Madrid: Trotta, 337-360.

-LÜTTE, Gérard 1991 *Liberar la adolescencia. La psicología de los jóvenes de hoy* (Barcelona: Herder).

-LULL James (1980) “The Social Uses of Television”, en *Human Communication Research*, 6, 197-209.

-LARAÑA, Enrique. GUSFIELD, Joseph. *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*.

-McADAM, Doug, McCARTHY, John. ZALD, Mayer. *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. España, Ediciones Istmo.

-MAGALONI, Beatriz. *La desobediencia civil en la democracia Constitucional*. Itam 1990.

-MELUCCI, A. (1999), *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*, México, El Colegio de México

MONGE-Benito, S. y OLABARRI-Fernández, M.-E. (2011): "Los alumnos de la UPV/EHU frente a Tuenti y Facebook: usos y percepciones", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 079 a 100

-RAQUEJO, Tonia. *Una reflexión sobre arte y resistencia*. Madrid 2002

-SCOLARI Carlos .Hipermediaciones: elementos para una teoría de la Comunicación digital interactiva. Gedisa .2008

Jordi Solé Blanch Los jóvenes y sus prácticas culturales pag.153 a través de las TIC

-TEJERINA, Benjamín (1998), “Los movimientos sociales y la acción colectiva. De la producción simbólica al cambio de valores”, *in* Pedro Ibarra; Benjamín Tejerina (orgs.), *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Madrid: Trotta, 111-138.

-THOMPSON, J.B. (1999): *Los media y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona

- SZTOMPKA, Piotr (1995) Sociología del Cambio Social, Madrid, Alianza

- VILCHES, Lorenzo. La migración digital. Barcelona, Gedisa, 2001.

- VIRILIO, Paul El arte del motor. Aceleración y realidad virtual. Buenos Aires, Manantial, 1996.

- VIRILIO, Paul. La máquina de visión. Madrid, Cátedra, 1989

- WIHITAKER, Reg El fin de la privacidad. Barcelona: Paidós, 1999.

- WOLTON, Dominique. Internet ¿y después? Barcelona, Gedisa, 2000.

ANEXOS

ANEXO 1

TABULACION RESULTADOS TODAS LAS UNIVERSIDADES

PREGUNTAS	
1.Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo para acceder a Facebook:	
a) Llevar a cabo mis actividades de trabajo	4.4%
b) Hacer amistades	6.6%
c) Cumplir mis labores o deberes académicos	7.7%
d) Acceder a noticias que son de mi interés	18.7%
e) Mantener contactos con familiares y amigos	60.4%
f) Otro .Especifique	2.2%
2.Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo acceder a Twitter:	
a) Hacer amistades	6.2%
b) Cumplir mis labores o deberes académicos	2.9%
c) Acceder a noticias que son de mi interés	65%
d) Mantener contactos con familiares y amigos	23%
3. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Facebook?	
a) 1 -2 veces por semana	15.4%
b) 3 - 4 veces por semana	18.7%
c) 5- 6 veces por semana	9.9%
d) Todos los días	56%
4. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor	

indique, ¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Twitter?	
a) 1 -2 veces por semana	46.1%
b) 3 - 4 veces por semana	13.2%
c) 5- 6 veces por semana	4.4%
d) Todos los días	36.3%
5.A continuación por favor señale ¿Cuántas horas al día Ud. estima que suele hacer uso de Facebook	
a) Menos de 1 hora	25.2%
b) De 1 a 2 horas	36.3%
c) De 3 a 4 horas	27.4%
d) De 5 a 6 horas	6.6%
e) Más de 6 hora	4.4%
6. A continuación por favor señale ¿Cuántas horas al día Ud. estima que suele hacer uso de Twitter?	
a) Menos de 1 hora	55%
b) De 1 a 2 horas	19.8%
c) De 3 a 4 horas	12.1%
d) De 5 a 6 horas	6.6%
e) Más de 6 hora	6.6%
7. Señale por favor, ¿Cuál de los siguientes aparatos electrónicos posee y hace uso en la actualidad para conectarse con Facebook y Twitter, de forma regular?	
a) Computador y escritorio	34.1%
b) Portátil	30.8%
c) Ipad	1.1%
d) Agenda electrónica	0%

e) Celulares (Smartphone)	34.1%
8.Facebook le provee a usted una lista de aplicaciones, las cuales puede emplear al momento de crear su perfil Por favor señale de la siguiente lista de aplicaciones que verá a continuación cuáles son las que más utiliza usted	
a) Correo	8.8%
b) Muro	26.4%
c) Chat	19.8%
d) Notas y eventos publicados	11%
e) Eventos y críticas	6.6%
f) Grupos y paneles de discusión	12.1%
g) Marketplace y regalos	1.1%
h) Fotos, videos	14.3%
9.Usted utiliza Twitter:	
a) Para dar opiniones y puntos de vista en temas específicos	39.6%
b) Para enterarse de noticias en tiempo real	37.4%
c) Para saber la opinión de los demás	12.1%
d) Para manifestar lo que siento	11%
10.Utiliza Facebook para:	
a) Adherirse a grupos	5.5%
b) Adherirse a comunidades	5.5%
c) Para fisgonear	2.2%
d) Para entretenerse	39.6%
e) Hacerse una idea de alguien	2.2%
f) Para darse a conocer	6.6%
g) Para enterarse de lo que pasa en el entorno de sus amistades	38.5%
11. Al unirme a un grupo en Facebook o seguir a alguien en Twitter lo hago más por:	

a) Mi forma de pensar	53%
b) Mi forma de sentir	5.5%
c) Ambas	41.5%
12. Cuando apoyo un grupo en Facebook lo hago por:	
a) Se identifica con el eje o temática del grupo	68.2%
b) Solo por apoyar	9.8%
c) Porque está de moda	22%
13. Cuando apoyo los comentarios o apreciaciones de alguien en Twitter lo hago por:	
a) La argumentación de sus comentarios	65%
b) Afinidad en la ideología política	23%
c) Porque esta persona es tendencia	12.1%
14. Al apoyar un movimiento social en internet lo hago para que me reconozcan por este medio como una persona comprometida con una problemática social.	
a) Si	2.2%
b) no	38.5%
c) algunas veces	39.6%
15. Evalúa de alguna manera lo que escribe o promueve a través de Facebook o Twitter:	
a) Si	61.5%
b) no	8.8%
c) algunas veces	29.7%
16. Usted es partidario de que se generen acciones colectivas a través de su apoyo a movimientos sociales en Facebook.	
a) Si	44%
b) no	16.5%
c) algunas veces	39.6%

17. En las redes sociales como Facebook y Twitter la desobediencia civil es la mejor forma de expresar inconformismos sociales, políticos, ideológicos	
a) Si	35.2%
b) no	29.7%
c) algunas veces	35.2%
18. A través de Facebook y Twitter usted promovería una propuesta artística estética para expresar descontento en torno a determinado hecho	
a) Si	49.4%
b) no	22%
c) algunas veces	28.6%
19. Considera que el arte es la mejor manera de expresar inconformismos sociales, culturales y políticos	
a) Si	56%
b) no	14.3%
c) algunas veces	29.7%
20. Está de acuerdo en que las protestas que se promuevan por Facebook o Twitter deben estar basadas en los principios de la no violencia.	
a) Si	81.3%
b) no	4.4%
c) algunas veces	14.3%
21. Usted participa en Twitter y Facebook apoyando movimientos sociales que promueven:	
a) Feminismo	3.3%
b) ecología	18.7%
c) respeto y tolerancia por la cultura LGBT	13.2%

d) construcción de ciudadanía	29.7%
e) otros	35.2%
22.Su participación al apoyar determinado grupo, comunidad o movimiento social lo hace de manera	
a) Virtual	62.6%
b) Participación directa	6.6%
c) Ambas	30.7%

ANEXO 2

TABULACION RESULTADOS COMPARATIVOS ENTRE

UNIVERSIDADES

PREGUNTAS	ATLANT	SIMON B	UAC
1.Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo para acceder a Facebook:			
a) Llevar a cabo mis actividades de trabajo	0%	0%	8.6%
b) Hacer amistades	10%	7.4%	7.2%
c) Cumplir mis labores o deberes académicos	5%	0%	10%
d) Acceder a noticias que son de mi interés	25%	11.1%	19.9%
e) Mantener contactos con familiares y amigos	55%	81.5%	52.2%
f) Otro .Especifique	5%	0%	2%
2.Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo acceder a Twitter:	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Hacer amistades	15%	14.8%	8.6%
b) Cumplir mis labores o deberes académicos	0%	3.7%	2%
c) Acceder a noticias que son de mi interés	70%	55.5%	73.7%
d) Mantener contactos con familiares y amigos	15%	18.5%	12.7%

e) Otro .Especifique	0	7.5%	3%
3. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Facebook?	ATLANT	SIMON B	UAC
a) 1 -2 veces por semana	15%	33.3%	5.25%
b) 3 - 4 veces por semana	30%	14.8%	5.25%
c) 5- 6 veces por semana	5%	3.7%	17.1%
d) Todos los días	50%	48.1%	72.3%
4. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique, ¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Twitter?	ATLANT	SIMON B	UAC
a) 1 -2 veces por semana	40%	70.4%	37.5%
b) 3 - 4 veces por semana	15%	11.1%	13.9%
c) 5- 6 veces por semana	0%	7.4%	4%
d) Todos los días	45%	11.1%	44.5%
5.A continuación por favor señale ¿Cuántas horas al día Ud. estima que suele hacer uso de Facebook	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Menos de 1 hora	30%	26%	24.4%
b) De 1 a 2 horas	40%	40.7%	32.4%
c) De 3 a 4 horas	20%	25.9%	31.15%
d) De 5 a 6 horas	0%	3.7%	10%
e) Más de 6 hora	10%	3.7%	2%
6. A continuación por favor señale ¿Cuántas horas al día Ud. estima que suele hacer uso de Twitter?	ATLANT	SIMON B	UAC

a) Menos de 1 hora	55%	59.2%	53.5%
b) De 1 a 2 horas	15%	14.8%	25.1%
c) De 3 a 4 horas	15%	7.4%	13.2%
d) De 5 a 6 horas	10%	7.4%	3%
e) Más de 6 hora	5%	11.1%	7%
7. Señale por favor, ¿Cuál de los siguientes aparatos electrónicos posee y hace uso en la actualidad para conectarse con Facebook y Twitter, de forma regular?	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Computador y escritorio	35%	40.7%	29.7%
b) Portátil	25%	29.6%	34.4%
c) Ipad	5%	0%	0%
d) Agenda electrónica	0%	0%	0%
e) Celulares (Smartphone)	35%	29.6%	35.7%
8. Facebook le provee a usted una lista de aplicaciones, las cuales puede emplear al momento de crear su perfil. Por favor señale de la siguiente lista de aplicaciones que verá a continuación cuáles son las que más utiliza usted	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Correo	10%	7.4%	9.9%
b) Muro	35%	25.9%	21.9%
c) Chat	15%	25.9%	19.1%
d) Notas y eventos publicados	0%	22.2%	9.2%
e) Eventos y criticas	10%	7.4%	4.6%
f) Grupos y paneles de discusión	10%	3.7%	16.6%
g) Marketplace y regalos	5%	0%	0%
h) Fotos, videos	15%	40%	18.5%

9.Usted utiliza Twitter:	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Para dar opiniones y puntos de vista en temas específicos	40%	51.8%	29.9%
b) Para enterarse de noticias en tiempo real	30%	33.3%	44.9%
c) Para saber la opinión de los demás	20%	7.4%	11.9%
d) Para manifestar lo que siento	10%	7.4%	13.2%
10.Utiliza Facebook para:	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Adherirse a grupos	0%	11.1%	4%
b) Adherirse a comunidades	10%	0%	13.3%
c) Para fisgonear	0%	3.7%	2%
d) Para entretenerse	30%	51.8%	30.4%
e) Hacerse una idea de alguien	10%	0%	0%
f) Para darse a conocer	10%	0%	8.6%
g) Para enterarse de lo que pasa en el entorno de sus amistades	40%	33.3%	41.7%
11. Al unirme a un grupo en Facebook o seguir a alguien en Twitter lo hago más por	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Mi forma de pensar	55%	44.4%	43.1%
b) Mi forma de sentir	5%	3.7%	7.2%
c) Ambas	40%	51.8%	49.5%
12. Cuando apoyo un grupo en Facebook lo hago por:	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Se identifica con el eje o temática del grupo	75.2%	65.6%	61.9%

b) Solo por apoyar	14%	21%	14.1%
c) Porque está de moda	10.8%	13.4%	24%
13.Cuando apoyo los comentarios o apreciaciones de alguien en Twitter lo hago por: :	ATLANT	SIMON B	UAC
a) La argumentación de sus comentarios	70%	63%	63.5%
b) Afinidad en la ideología política	25%	25.9%	19.9%
c) Porque esta persona es tendencia	5%	11.1%	16.5%
14. Al apoyar un movimiento social en internet lo hago para que me reconozcan por este medio como una persona comprometida con una problemática social.	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Si	20%	18.5%	31.8%
b) no	40%	51.8%	30.4%
c) algunas veces	40%	29.6%	45.7%
15.Evalúa de alguna manera lo que escribe o promueve a través de Facebook o Twitter:	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Si	13%	63%	60.8%
b) no	15%	7.4%	6%
c) algunas veces	20%	29.6%	33.1%
16. Usted es partidario de que se generen acciones colectivas a través de su apoyo a movimientos sociales en Facebook.	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Si	65%	37%	37%

b) no	15%	25.9%	10.6%
c) algunas veces	20%	37%	52.4%
17.En las redes sociales como Facebook y Twitter La desobediencia civil es la mejor forma de expresar inconformismos sociales, políticos, ideológicos	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Si	40%	25.9%	36.5%
b) no	35%	40.7%	20.5%
c) algunas veces	25%	33.3%	42.9%
18.A través de Facebook y Twitter usted promovería una propuesta artística estética para expresar descontento en torno a determinado hecho	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Si	70%	33.3%	47.8%
b) no	15%	44.4%	12.5%
c) algunas veces	15%	22.2%	39.7%
19.Considera que el arte es la mejor manera de expresar inconformismos sociales, culturales y políticos	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Si	65%	44.4%	55.8%
b) no	15%	18.5%	11.9%
c) algunas veces	20%	37%	32.3%
20. Está de acuerdo en que las protestas que se promuevan por Facebook o Twitter deben estar basadas en los principios de la no violencia.	ATLANT	SIMON B	UAC

a) Si	80%	81.5%	80.2%
b) no	0%	3.7%	7.2%
c) algunas veces	20%	14.8%	12.5%
21. Usted participa en Twitter y Facebook apoyando movimientos sociales que promueven:	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Feminismo	5%	3.7%	2.6%
b) ecología	5%	22.2%	25%
c) respeto y tolerancia por la cultura LGBT	5%	14.8%	15.9%
d) construcción de ciudadanía	45%	18.5%	27.2%
e) otros	40%	40.7%	29.1%
22.Su participación al apoyar determinado grupo, comunidad o movimiento social lo hace de manera:	ATLANT	SIMON B	UAC
a) Virtual	65%	62.3%	61%
b) Participación directa	0%	11.1%	6.6%
c) Ambas	35%	25.9%	32.4%

ANEXO 3
INSTRUMENTO
ENCUESTA

NOMBRE:

UNIVERSIDAD:

PROGRAMA AL QUE PERTENECE:

EDAD _____

1. Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo para acceder a Facebook: (PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)

- a) Llevar a cabo mis actividades de trabajo
- b) Hacer amistades
- c) Cumplir mis labores o deberes académicos
- d) Acceder a noticias que son de mi interés
- e) Mantener contactos con familiares y amigos
- f) Otro

.Especifique _____

**2.Cuál de las siguientes opciones es el principal motivo acceder a Twitter:
(PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)**

- a) Hacer amistades
- b) Cumplir mis labores o deberes académicos
- c) Acceder a noticias que son de mi interés
- d) Mantener contactos con familiares y amigos
- e) Otro

.Especifique_____

**3. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique,
¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Facebook? (MARCAR UNA
SOLA OPCIÓN)**

- a) 1 -2 veces por semana
- b) 3 - 4 veces por semana
- c) 5- 6 veces por semana
- d) Todos los días

**4. A partir de las opciones que verá a continuación, por favor indique,
¿Cuántas veces a la semana suele Ud. acceder a Twitter? (MARCAR UNA
SOLA OPCIÓN)**

- a) 1 -2 veces por semana
- b) 3 - 4 veces por semana
- c) 5- 6 veces por semana
- d) Todos los días

5. A continuación por favor señale ¿Cuántas horas al día Ud. estima que suele hacer uso de Facebook? (MARCAR UNA SOLA OPCIÓN)

- a) Menos de 1 hora
- b) De 1 a 2 horas
- c) De 3 a 4 horas
- d) De 5 a 6 horas
- e) Más de 6 hora

6. A continuación por favor señale ¿Cuántas horas al día Ud. estima que suele hacer uso de Twitter? (MARCAR UNA SOLA OPCIÓN)

- a) Menos de 1 hora
- b) De 1 a 2 horas
- c) De 3 a 4 horas
- d) De 5 a 6 horas
- e) Más de 6 hora

7. Señale por favor, ¿Cuál de los siguientes aparatos electrónicos posee y hace uso en la actualidad para conectarse con Facebook y Twitter, de forma regular? (PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)

- a) Computador y escritorio
- b) Portátil
- c) Ipad
- d) Agenda electrónica
- e) Celulares (Smartphone)

8. Facebook le provee a usted una lista de aplicaciones, las cuales puede emplear al momento de crear su perfil. Por favor señale de la siguiente lista de aplicaciones que verá a continuación cuáles son las que más utiliza. (PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)

- a) Correo
- b) Muro
- c) Chat
- d) Notas y eventos publicados
- e) Eventos y críticas
- f) Grupos y paneles de discusión
- g) Marketplace y regalos
- h) Fotos, videos

9. Usted utiliza Twitter. (PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)

- a) Para dar opiniones y puntos de vista en temas específicos
- b) Para enterarse de noticias en tiempo real
- c) Para saber la opinión de los demás
- d) Para manifestar lo que siento

10. Usted utiliza Facebook para. (PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)

- a) Adherirse a grupos
- b) Adherirse a comunidades
- c) Para fisgonear
- d) Adherirse a comunidades
- e) Para entretenerse
- f) Para actualizarse
- g) Para seguir determinada información

Grupo: Dos o más individuos que se relacionan y son interdependientes, y que se reúnen para conseguir objetivos específicos

Comunidad: Es una unidad social en donde cuyos miembros tienen sentido de pertenencia y están situados en una misma área geográfica en la cual la pluralidad de las personas interaccionan más intensamente entre sí.

11. Al unirme a un grupo en Facebook o seguir a alguien en Twitter lo hago más por: (PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)

- a) Mi forma de pensar
- b) Mi forma de sentir
- c) Ambas

12. Cuando apoyo un grupo en Facebook lo hago por: (PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)

- a) Se identifica por el eje temático
- b) Solo por apoyar
- c) porque está de moda

13. Cuando apoyo los comentarios o apreciaciones de alguien en Twitter lo hago por: (PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)

- a) La argumentación de sus comentarios
- b) Afinidad en la ideología política
- c) Porque esta persona es tendencia

14. Al apoyar un movimiento social en internet lo hago para que me reconozcan por este medio como una persona comprometida con una problemática social. (MARCAR UNA SOLA OPCIÓN)

- a) Si
- b) no
- c) algunas veces

15. Evalúa de alguna manera lo que escribe o promueve a través de Facebook o Twitter: (MARCAR UNA SOLA OPCIÓN)

- a) Si
- b) no
- c) algunas veces

16. Usted es partidario de que se generen acciones colectivas a través de su apoyo a movimientos sociales en Facebook. (MARCAR UNA SOLA OPCIÓN)

- a) Si
- b) No
- c) algunas veces

17. En las redes sociales como Facebook y Twitter La desobediencia civil es la mejor forma de expresar inconformismos sociales, políticos, ideológicos. (MARCAR UNA SOLA OPCIÓN)

- a) Si
- b) No
- c) algunas veces

18. A través de Facebook y Twitter usted promovería una propuesta artística estética para expresar descontento en torno a determinado hecho. (MARCAR UNA SOLA OPCIÓN)

- a) Si
- b) No
- c) algunas veces

19. Considera que el arte es la mejor manera de expresar inconformismos sociales, culturales y políticos. (MARCAR UNA SOLA OPCIÓN)

- a) Si b) No c) algunas veces

20. Está de acuerdo en que las protestas que se promuevan por Facebook o Twitter deben estar basadas en los principios de la no violencia. (MARCAR UNA SOLA OPCIÓN)

- a) Si
- b) No
- c) algunas veces

21. Usted participa en Twitter y Facebook apoyando movimientos sociales que promueven: (PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)

- a) Feminismo b) ecología c) respeto y tolerancia por la cultura LGBT
- d) construcción de ciudadanía e) otros

LGBT: Son las siglas que designan colectivamente a lesbianas, gays, bisexuales y personas transgénero.

22. Su participación al apoyar determinado grupo, comunidad o movimiento social lo hace de manera. (MARCAR UNA SOLA OPCIÓN)

- a) Virtual
- b) Participación directa
- c) ambas

CUADRO DE VARIABLES

Objetivos Específicos	Variables	Definición	Dimensiones	Indicador	Instrumentos	
						Preguntas grupo focal
Identificar los hábitos de consumo de Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios	Hábitos de consumo	Preferencia de las personas por ciertas marcas de productos o servicios	acceso Lugares Frecuencia	PC Portátil Celular smartphones Iphone Ipads Tabletas Casa, casa de un amigo Café internet Universidad Trabajo N Semanas N horas	Encuestas y grupos focales	¿Cuáles son sus preferencias a los lugares de acceso y frecuencia con que se conecta a Facebook y Twitter?
Identificar los usos sociales de Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios	Usos Sociales	Son rituales y actos, Constituyen costumbres que estructuran la vida de comunidades y grupos, siendo compartidos y estimados por muchos	-Adherencia a grupos -Adherencia a comunidades Entretenimiento Fisgoneo -Seguimiento de diversos tipos de causa		Encuestas y grupos focales	Para qué usa el Facebook y el Twitter?

		de sus miembros.				
Identificar cómo se presenta la hiper-identidad colectiva en estudiantes universitarios en Facebook y Twitter	Hiperidentidad colectiva	Al sentimiento de pertenencia de una comunidad cultural, social y política en donde sus miembros se ayudan y colaboran entre sí en el mundo del ciberespacio.	-Inversión emocional -Sentido de pertenencia -visibilidad -Evaluación de la acción -Acción colectiva		Encuestas y grupos focales	Cómo se sienten emocionalmente cuando se identifican con una causa social en Twitter o Facebook?
Describir como se presentan las hipertácticas de resistencia en Facebook en estudiantes universitarios	Hipertácticas de resistencia	Es un campo de relaciones entre discurso y práctica conformado por un sinnúmero de estrategias e interacciones con las cuales tienen un	Contra-Poder Hegemonía.	Prácticas de desobediencia civil Manifestación en pro de una causa	Encuestas y grupos focales	¿De qué manera expresa su descontento ante una problemática social en Facebook y Twitter?

		efecto conjunto (Foucault)				
Caracterizar las formas de participación en movimientos sociales Facebook y Twitter por parte de estudiantes universitarios	Participación social	la participación es “un proceso gradual mediante el cual se integra al ciudadano o en forma individual o participando en forma colectiva, en la toma de decisiones, la fiscalización, control y ejecución de las acciones en los asuntos públicos y privados, que lo afectan en lo político, económico, social y ambiental para permitirle su	Eficacia	<p>Solución conjunta de problemas (participación Of line)</p> <p>Apoyo con otras personas (participación off line)</p> <p>Autonomía en la solución (participación on line)</p> <p>Solución institucional (participación On line)</p>	Encuestas y grupos focales	Cómo participa usted en Facebook o Twitter cuando usted se enteró de una problemática social?

		pleno desarroll o como ser humano y el de la comunid ad en que se desenvue lve (Gonzále z Ballar)				
--	--	---	--	--	--	--